

As Presidências Abertas de Mário Soares

**- as estratégias e o aparelho de comunicação do Presidente da
República**

Estrela Serrano

Para

*Francisco
Margarida
Simão*

Agradecimentos

Este livro é o resultado de uma tese de Mestrado que defendi na Universidade Nova de Lisboa, orientada pelo Professor Doutor Nelson Traquina, a quem agradeço o apoio, a disponibilidade e o interesse com que acompanhou a investigação que levei a cabo para a realização deste trabalho.

Ao Dr. Mário Mesquita, pelo empenho que manifestou, desde muito cedo, na publicação deste livro e, também, pelas oportunas sugestões dadas para a melhoria do texto.

Ao Centro de Documentação e Informação da Presidência da República, especialmente à Dr^a. Graça Raposo, pelo apoio à consulta de documentos constantes do arquivo da PR.

Aos serviços de Arquivo e Documentação da Radiotelevisão Portuguesa, especialmente ao seu responsável, Dr. Alfredo Tropa, pela disponibilização das gravações necessárias à análise da Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa.

À Fundação Mário Soares, pelas facilidades concedidas na consulta aos seus arquivos.

A todos os que, de algum modo, participaram neste trabalho, especialmente os jornalistas a quem entrevistei e que me concederam depoimentos, sem os quais o trabalho ficaria incompleto.

Índice

I Capítulo

- | | | |
|-----------|---|-------------|
| 1. | Introdução | pág. |
| 2. | Metodologia | |
| 3. | Enquadramento teórico | |
| | 4. 1. A literatura sobre o "Government news management" | |
| | 4. 2. A literatura sobre Aparelhos de Comunicação | |
| | 4. 3. A literatura sobre relações entre jornalistas e fontes | |

II Capítulo

- | | | |
|-----------|---|-------------|
| 1. | Aparelhos de Comunicação | pág. |
| | 1. 1. Europa e Estados Unidos | |
| | 1. 2. O aparelho de comunicação do Presidente da República em Portugal | |
| | 1. 2. 1. Origem, composição e funções | |
| | 1. 2. 2. A Assessoria para a Comunicação Social | |
| | 1. 2. 3. A sala de imprensa | |
| | 1. 2. 4. A Agenda do Presidente | |
| | 1. 2. 5. Os canais de comunicação com os jornalistas | |
| | 1. 2. 6. As viagens | |

III Capítulo

- | | | |
|-----------|--|-------------|
| 1. | A Estratégia de comunicação de Mário Soares | pág. |
| | 1. 1. Mário Soares, os media e o jornalismo | |
| | 1. 2. A Presidência Aberta como estratégia de comunicação | |
| | 1. 2. 1. Origens e desenvolvimento da Presidência Aberta | |

- 1. 2. 2. A Presidência Aberta vista por analistas
- 1. 2. 3. Os locais e as datas das presidências abertas
- 1. 2. 4. Elementos para uma tipologia da Presidência Aberta

2. A Presidência Aberta na área Metropolitana de Lisboa

- 2. 1. Enquadramento e objectivos
- 2. 2. Organização e logística
- 2. 3. Programa
- 2. 4. A Presidência Aberta na AML vista por M. Soares e por analistas
- 2. 5. Cobertura jornalística da Presidência Aberta na AML
 - 2.5.1. Imprensa
- 2. 6. Cobertura televisiva

IV Capítulo

Conclusões	pág.
-------------------	-------------

Bibliografia

Anexos

I Capítulo

1. Introdução

Uma das características das sociedades democráticas é a existência de um espaço público que estrutura a vida política, as relações entre as instituições e o sistema dos media (Neveau, 1995:39).

O alargamento do espaço público e o desenvolvimento da espaço público (Traquina, 1995). Como refere Dominique Wolton (1995:167-88) a democracia pressupõe a existência de um espaço público onde sejam debatidos, de forma contraditória, os grandes problemas do momento. Este espaço simbólico é uma das condições estruturais do funcionamento da democracia.

A evolução do sistema democrático nas sociedades ocidentais conduziu a que um maior número de actores se exprimisse acerca de um maior número de assuntos. Essa evolução marcou o espaço público no sentido de um alargamento que resultou, de forma conjugada, da democratização e do papel cada vez maior desempenhado pelos media e pelo jornalismo. É por isso, diz Wolton, (1995:167-88) que o espaço público contemporâneo pode ser designado por “espaço público mediatizado”, no sentido em que é funcional e normativamente indissociável do papel dos media e do jornalismo.

O espaço público mediatizado é igualmente um espaço no qual a imprensa escrita e os media audiovisuais desempenham um papel considerável em termos de informação e de comunicação. Não só, diz Wolton, porque são numerosos, livres e funcionam em regime de concorrência, mas também porque o alargamento do campo da política lhes confere um papel central, tanto no domínio da produção como no da difusão da informação. O triunfo da informação é a consequência de uma dupla mudança: o alargamento do campo da política, associado à vitória da democracia, e os progressos no plano técnico, que se reflectem na produção, na difusão e na recepção da informação a uma velocidade crescente. (Wolton:1995:167-88)

As novas formas de visibilidade estão estreitamente ligadas ao desenvolvimento dos

media, especialmente da televisão. Ora, a mudança das condições da visibilidade mudou as condições do exercício do poder. Os media, sobretudo a televisão, levaram os políticos a investir cada vez mais recursos e a mobilizar esforços na elaboração de políticas comunicacionais que visam, em especial, o campo jornalístico. A necessidade de visibilidade levou os políticos a encontrar regras para orientar e praticar essa visibilidade, na medida em que necessitam da visibilidade mediática, não apenas para conquistar o voto dos eleitores, mas também no exercício do poder no dia a dia, em que os processos de decisão são, cada vez mais, públicos.

A história da sociedade desde o século XVII e a história da democracia, a partir do século XVIII são sinónimas da emergência de um espaço público e do processo complementar de rejeição de alguns fenómenos para o espaço privado.

Habermas (1978) atribui às relações públicas um papel importante na interpenetração do Estado e da sociedade e refere o aparecimento, no nosso século, da “imprensa oficial” das administrações públicas e privadas que pretendem condicionar a opinião pública, usando os media com o objectivo de converter interesses privados de grupos de indivíduos, num interesse público comum. Habermas refere-se às técnicas de mercado usadas para obter adesão a decisões políticas e vê neste condicionamento da opinião pública uma subversão do princípio da *publicité*.

Com o desenvolvimento das relações públicas, a publicidade comercial assume um carácter político em toda a Europa, constituindo este sector, para Habermas, um fenómeno-chave de ocupação da esfera pública, na medida em os promotores de acontecimentos (Molotch e Lester 1974) dissimulam as suas intenções comerciais sob a aparente defesa do bem comum.

Para Schudson (1995) as estruturas de governo não existem apenas como dispositivos institucionais da tomada de decisões, mas também enquanto formas culturais que caracterizam e moldam os hábitos sociais de forma tão decisiva como qualquer outra área do mundo simbólico e social de determinado povo. Sem uma estrutura governamental e uma cultura política que garantam a respectiva existência, não é fácil que possamos ter o acesso público e a informação política. A existência de instituições de governo representativas cria espaços públicos, e a existência de determinadas formas

de representação dará origem a determinados tipos de espaço público (Schudson, 1995:149-66).

A comunicação, num sentido lato, é hoje a condição fundamental e normativa do espaço público e da democracia de massa, mas ela não pode por si própria, garantir a qualidade do funcionamento deste espaço público democrático, o qual pressupõe também valores políticos que são relativamente heterogêneos perante os valores comunicacionais. (Wolton, 1995:167-88)

Os media dominam cada vez mais o espaço público na medida em que o acesso aos acontecimentos fora do campo da experiência pessoal depende, essencialmente, da mediatização jornalística. Em política a acção é inseparável da comunicação, sobretudo em democracia, onde os políticos devem explicar as suas propostas para ganhar as eleições ou para assegurar a reeleição. Uma boa parte da acção torna-se indissociável de uma estratégia de comunicação, a fim de obter a adesão do maior número. Os políticos perceberam que, sem comunicação, não podiam fazer-se compreender. Por seu turno, os media pressionam os políticos para que se expliquem e justifiquem em nome do direito dos cidadãos à informação (Wolton 1995).

Sem a ajuda dos jornalistas os políticos não poderiam criar os eventos que lhes trazem poder e notoriedade. Os jornalistas são, nesta matéria, aliados dos políticos. Uma grande percentagem das notícias publicadas na imprensa, radio e televisão inclui informação baseada em pseudo-acontecimentos que Boorstin (1961) define como possuindo as seguintes características: não são espontâneos; surgem porque foram planeados; são criados para serem cobertos pelos media; o seu sucesso mede-se pela amplitude da sua cobertura; a sua relação com a realidade subjacente à situação é ambígua e, geralmente, funcionam como uma auto promoção. Os próprios jornalistas consideram que os media noticiosos concedem demasiada atenção a eventos, com prejuízo da investigação própria. Todavia, fiéis ao princípio de que a sua primeira missão é produzir, diariamente, notícias de actualidade, dedicam-se, sobretudo, à descoberta de novas "estórias".

A vida política é, hoje, influenciada por um conjunto de técnicas (os media e as sondagens), de actores (os jornalistas e os conselheiros de comunicação) e de práticas (o marketing político). Confrontada com esta evolução, a actividade política organiza-se em torno de novas regras de funcionamento, adaptando-se à chamada “mediatização da vida política” (Derville, 1997).

A comunicação tornou-se parte integrante da actividade política e a explosão dos processos de comunicação política é fruto de um conjunto de actores que neles têm interesse: por um lado, os conselheiros de comunicação e os publicitários que tentam convencer os seus clientes potenciais a confiarem-lhes a preparação das suas prestações mediáticas e das suas campanhas eleitorais, colocando ao seu serviço a sua criatividade, a sua competência técnica e o seu saber e procurando, como escreveu Patrick Champagne (1990) produzir nos meios políticos a necessidade do seu produto; por outro, a mediatização da vida política obriga os políticos a tornar a sua acção tão espectacular quanto possível, a fim de interessar os jornalistas, sobretudo, os da televisão. A política tornou-se, assim, lugar privilegiado do espectáculo.

Como refere Debray (1993), sempre os Estados fizeram a sua publicidade. Hoje, contudo, a comunicação do Estado tornou-se o essencial da sua acção. O Estado tem de produzir, nos dias de hoje, uma quantidade crescente de imagens e de sons. É necessário alimentar, dia a dia, a máquina dos media. Uma “acção de comunicação” raramente rende mais que um ou dois dias. Tornou-se, assim, quase natural a existência de uma cultura de governo asfixiada e telecomandada pelos media, pelo seu ritmo e pelas suas exigências, o que levou ao empolamento espectacular de certos sectores de actividade, dos quais as relações públicas e as assessorias de comunicação constituem parte importante.

Derville (1997:107) afirma que a mediatização da política está na origem de transformações estruturais no seu funcionamento que levaram à emergência de novos actores e ao desaparecimento de outros, a uma acentuação da convivência entre jornalistas e organizadores de acontecimentos e ao surgimento de formas de pressão para a introdução de mecanismos de democracia directa. Na opinião de Derville, na medida em que as notícias sobre política são, sobretudo, sobre a luta pelo poder e só secundariamente sobre a governação, isto é, sobre a aplicação do poder, os imperativos

de comunicação sobrepõem-se aos imperativos de gestão. Os políticos dedicam mais tempo a dar visibilidade às suas acções do que a reflectir e a decidir. Daí que a produção de eventos constitua um dos principais instrumentos da acção política.

Noutra perspectiva, Molotch e Lester (1974) consideram que os “promotores” e “executores” de acontecimentos, por um lado, e os jornalistas, por outro, coincidem na necessidade de notícias, mesmo que essa coincidência nem sempre seja suficientemente clara. Para estes autores, as notícias não reflectem a realidade, mas sim os objectivos subjacentes às estratégias daqueles que têm o poder de decidir qual é a "realidade" que chega ao conhecimento do público.

Molotch e Lester chegaram à conclusão que o êxito do trabalho dos promotores de acontecimentos deve-se, pois, em grande medida, à necessidade que os media possuem de notícias. Muitos outros estudos sobre o jornalismo confirmam o peso dos "acontecimentos de rotina".

A literatura sobre a cobertura jornalística de acontecimentos de rotina tende a confirmar a preponderância das fontes ligadas às elites do poder, relativamente a outras fontes. Esta conclusão está implícita nos trabalhos de Herbert Gans (1980) e Gaye Tuchman (1983), sendo mais explícita noutros estudos. Léon Sigal (1973), mostrou que, no período que analisaram, a maioria das “estórias” de primeira página do *New York Times* e do *Washington Post* eram fortemente inspiradas por fontes governamentais, sendo que muitas delas tinham origem em canais de rotina, como conferências de imprensa, comunicados e outras iniciativas oficiais. Em 1987, Brown, Bybee, Wearden e Straughan (1987) confirmaram e ampliaram o estudo de Sigal e provaram que a maioria das notícias de capa provinham de canais de rotina e eram oriundas de fontes governamentais.

Nas sociedades democráticas, em que os sistemas políticos consagram o sufrágio universal como forma de escolha dos governantes, as estratégias de comunicação política passam, cada vez mais, pelo recurso à criação de acontecimentos destinados a atrair os jornalistas para “terrenos” em que os promotores possuem uma capacidade de controle e de influência, superior ou distinta, da estabelecida habitualmente entre fontes e jornalistas.

As instituições políticas são grandes produtoras de “pseudo acontecimentos”. Mário Soares criou o “pseudo acontecimento”, Presidência Aberta, para dar visibilidade à função presidencial e contornar o seu carácter essencialmente representativo. A Presidência Aberta realizada na Área Metropolitana de Lisboa, em 1993, foi, a esse título, elucidativa.

Por outro lado, as instituições políticas dispõem de recursos e de pessoal especializado para execução das estratégias dos seus titulares, pelo que a análise do aparelho comunicacional se torna indispensável à compreensão das respectivas estratégias de comunicação.

Nesse sentido, a presente investigação teve como principais objectivos analisar as seguintes questões, relativamente a Portugal:

- Em primeiro lugar, saber se o aparelho comunicacional do Presidente da República (PR) correspondeu às novas regras de funcionamento do espaço público e se adaptou à mediatização da vida política;
- Em segundo lugar, averiguar se, à semelhança do que acontece nas democracias ocidentais, também em Portugal o desenvolvimento da "democracia mediática" provocou mudanças nos estilos e nas estratégias de comunicação do PR;
- Em terceiro lugar, analisar a Presidência Aberta e, em particular, a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, realizada em 1993, como estratégia de comunicação de Mário Soares.

2. Metodologia

O trabalho organiza-se em quatro capítulos :

O I Capítulo é dedicado a questões metodológicas e de enquadramento teórico.

No II Capítulo é analisada a evolução do aparelho comunicacional dos Presidentes da República desde 1976 até 1999, nomeadamente, o quadro de pessoal e o funcionamento, com o objectivo de apurar se houve modernização e se existem diferenças entre os aparelhos dos três Presidentes e entre os dois mandatos de cada Presidente.

O período analisado abrange o primeiro e o último ano de cada mandato dos Presidentes Eanes e Soares e o primeiro e o penúltimo ano do mandato do Presidente Sampaio, num total de 8 anos.

As fontes a utilizar neste capítulo são essencialmente constituídas por documentos pertencentes ao Centro de Documentação da Presidência da República (CDI) e ao Arquivo Mário Soares, incluindo notas internas, legislação oficial e outros documentos susceptíveis de consulta. Estas fontes são completadas com entrevistas a funcionários e assessores que integraram os Gabinetes e assessorias nos períodos referidos.

A agenda dos três Presidentes é analisada comparativamente no período acima referido. Por seu turno, o aparelho de comunicação do Presidente da República é analisado, comparativamente, aos aparelhos de comunicação do Presidente dos Estados Unidos da América do Norte e dos governos da Alemanha e do Reino Unido, à luz da literatura mais recente sobre estes.

O III Capítulo debruça-se sobre a estratégia de comunicação de Mário Soares (1986-1996) (em parte, com base nas suas reflexões e em textos e intervenções públicas que proferiu) e a génese e desenvolvimento das presidências abertas. Em particular, é analisada a Presidência Aberta realizada na Área Metropolitana de Lisboa, (AML) em 1993 e a sua cobertura jornalística, com o objectivo de apurar se os media noticiosos seguiram os temas e os enquadramentos propostos pelo Presidente. Para isso, foi feito o levantamento do programa, nomeadamente, a identificação dos locais visitados e dos temas escolhidos pelo Presidente.

Para análise da cobertura jornalística foram seleccionados cinco órgãos de comunicação social, de acordo com os seguintes perfis:

- um diário, de entre os considerados “de referência”
- um “jornal omnibus”¹
- um diário de cariz popular
- um semanário
- o canal generalista da televisão pública

¹ Conceito da autoria de J.M. Nobre Correia, (1996) “A Cidade dos Media”, Porto, Campo das Letras

Os órgãos de comunicação social escolhidos foram o Diário de Notícias, o Correio da Manhã, o Jornal de Notícias, o Expresso e o Canal 1 da Radiotelevisão Portuguesa (RTP).

As escolha dos jornais que constituem o “corpus” baseou-se nos seguintes princípios:

1. O Diário de Notícias, o Jornal de Notícias e o Expresso destacaram jornalistas para a cobertura permanente da Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, utilizando regularmente essa prática nas deslocações oficiais do Presidente da República.
2. Os círculos políticos lêem quase sistematicamente estes jornais como uma das primeiras fontes de obtenção de informação. Esta circunstância torna-se relevante, na medida em que representa um incentivo, quer para os jornalistas desses jornais quer para os próprios políticos (Sigal, 1973).
3. Estes jornais influenciam consideravelmente os leitores dos outros jornais, na medida em que muitos dos jornais de menor expansão os utilizam como fonte de informação.
4. Estes jornais possuem no seu "staff" jornalistas com prestígio.
5. O Correio da Manhã possui grande audiência na zona sul do País e foi o único dos diários seleccionados a não destacar um jornalista para a cobertura da Presidência Aberta na AML. Possui, além disso, um perfil diferente dos restantes, assumindo-se como um jornal de cariz popular.

Finalmente, o IV Capítulo é dedicado às conclusões.

3. Enquadramento teórico

A literatura sobre o "Government news management", nomeadamente os trabalhos de investigadores americanos e ingleses, constitui o principal suporte teórico do presente trabalho. Não obstante incidirem principalmente sobre o estudo da cobertura jornalística de campanhas eleitorais, esses trabalhos fornecem inúmeras pistas de abordagem e uma variada bibliografia que inclui, quer investigação empírica, quer estudos eminentemente teóricos, além de relatos de experiências profissionais da autoria de jornalistas que acompanharam campanhas eleitorais e actividades oficiais.

Revelaram-se, assim, especialmente esclarecedores, os trabalhos de Crouse, (1974), Hess (1978, 1986), Manheim (1991, 1993, 1998), Franklin (1994), Gurevich e Blumler (1998), Paletz (1998), Patterson (1994, 1997, 1998), Pfetsch (1998), Norris (1998), Iyengar (1997), Hallin (1993,1994), Reeves (1997), Graber (1999) e Cronkite (1999).

Também os trabalhos dos investigadores canadianos Ericson, Barenek, e Chan (1989) abordam a problemática do “government news managment”, embora reportando-se a instituições como a polícia, os tribunais e o parlamento. Os seus trabalhos são particularmente úteis para o estudo das relações entre fontes e jornalistas.

Por seu turno, a literatura sobre a organização de gabinetes de comunicação e assessorias de imprensa, apesar de abundante, reveste-se de um carácter eminentemente técnico e prático, sendo, em grande parte, dirigida a profissionais de Relações Públicas. No que se refere a trabalhos científicos sobre esta matéria, foi possível encontrar na literatura norte-americana e inglesa, trabalhos sobre a organização dos aparelhos de comunicação do governo e de outros departamentos do Estado, que permitem traçar um quadro do modelo americano e compará-lo com o modelo português. Entre esses trabalhos, refiro os de autores como Hess (1984), Ritchie, (1991), Maltese (1994), Kurtz (1999) e, relativamente ao Reino Unido, Frankin (1994) e Jones (1998).

Em Espanha, Txema Ramirez (1995), jornalista e professor na Universidad del País Vasco, na sua tese de doutoramento dedicada aos “Gabinetes de Comunicação”, analisa as funções, disfunções e incidência destas estruturas comunicacionais no jornalismo actual, incidindo, sobretudo, no caso espanhol e baseando-se nos estudos dos investigadores norte-americanos. Trata-se, contudo, de um trabalho que apresenta uma visão globalizante e integradora da comunicação em instituições públicas e privadas, sem aprofundar a análise do aparelho comunicacional do governo ou de outras instituições oficiais.

A literatura sobre as relações entre fontes oficiais e jornalistas, constitui outro aspecto relevante para o presente trabalho. Os trabalhos de Sigal (1973), Ericson, Barenek, e Chan (1989), Hess (1984), Santos (1997), Fishman (1980) e Schlesinger (1989), forneceram o enquadramento teórico para a abordagem dessa problemática. Igualmente

importantes, ao nível das bases teóricas para a análise da Presidência Aberta, foram os trabalhos de Daniel Boorstin (1961), Molotch e Lester (1974-93), Hall et al (1973), Daniel Dayan e Elihu Katz (1999), Champagne (1990) e Edelman (1988).

Além dos quadros teóricos e conceptuais já mencionados, os trabalhos de Sigal (1973), Fishman (1980), Tuchman (1978) e Ericson et al., (1989) fornecem enquadramentos teóricos para a análise da Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, nomeadamente dos mecanismos que levam os jornalistas a apreender as mensagens emitidas pelas fontes promotoras.

Os estudos sobre o “agenda setting” no contexto da comunicação política, nomeadamente, os de Mc Combs e Shaw (1972), Traquina (1995), Rogers e Dearing (1988 e 1994), W. Lance Bennett e Jarol Manheim (1993), David Paletz (1998) e Barbara Pfetsch (1998), fornecem as bases teóricas para a abordagem das presidências abertas como um meio de o Presidente marcar a agenda política e influenciar a agenda jornalística.

3. 1. A literatura sobre o "Government news Management"

Os sistemas políticos e mediáticos na Europa mudaram profundamente nas últimas décadas (Debray 1993, Derville 1997, Manheim 1998, Pfetsch 1998). Os processos de pós modernização enfraqueceram as relações políticas e aumentaram a volatilização e a insatisfação do público, relativamente aos actores políticos. Estes factores tendem a minar o papel central que as organizações políticas e outros intermediários políticos possuíam anteriormente.

Perante este cenário, a gestão da informação por parte dos governos inclinou-se para uma estratégia puramente centrada nos media (Pfetsch 1998). Por outro lado, a investigação sobre técnicas de gestão da informação levou ao seu aperfeiçoamento no sentido de as tornar mais eficazes. Como consequência, as mudanças de contexto, o desenvolvimento da investigação e o aumento dos recursos em que actuam as estratégias de comunicação modificaram também os estilos de gestão da informação. Ora, estas mudanças afectaram, não apenas a comunicação política nas modernas democracias mas também os estilos de exercício da actividade política (Pfetsch 1998, Derville 1997).

O desenvolvimento da “democracia mediática” provocou mudanças nas instituições, nos estilos e nas estratégias de comportamento no que se refere à comunicação política, entre as quais se destaca o crescimento das operações de imprensa e a profissionalização das relações públicas (Pfetsch 1998: 70).

A investigação sobre comunicação política tem dedicado particular atenção à modernização e profissionalização das campanhas eleitorais. Contudo, a democracia mediática afecta não apenas os curtos períodos de mobilização política intensa, mas também aquilo a que Blumenthal (1980) e Pfetsch (1998:70) chamam “campanha permanente” entre eleições.

A assunção da campanha permanente baseia-se, para estes autores, no facto de os governos pensarem que, para governarem com sucesso, devem agir proactivamente no sentido da gestão da agenda pública através da gestão da agenda jornalística. Neste contexto, a gestão das notícias surge como uma das soluções práticas para os governos, e outros actores políticos, comunicarem estrategicamente as suas mensagens e usarem o campo jornalístico para atingirem os seus objectivos.

Pfetsch (1998) afirma que, se parece fácil definir os objectivos políticos gerais da gestão da informação, é mais difícil encontrar modelos precisos que permitam a escolha das opções de gestão da comunicação por parte dos governos. Todavia, diz a autora, se se encarar a política de informação pública como uma “campanha permanente” e a gestão governamental da informação como um tipo específico de produção de mensagens políticas, podem estabelecer-se alguns paralelismos com a comunicação das campanhas eleitorais.

Jarol Manheim (citado por Pfetsch 1998:72) descreve o essencial da dinâmica profissional que caracteriza a gestão estratégica da comunicação. Segundo este autor, trata-se de um processo interactivo no qual as mensagens são enquadradas, testadas, avaliadas e revistas até servirem os efeitos desejados. Para Manheim, o processo envolve: i) o estabelecimento de objectivos e opções de comunicação, ii) a sensibilização do ambiente social, iii) a selecção e implementação da opção de

comunicação mais conforme aos objectivos a atingir e iv) a avaliação da eficácia da comunicação.

Pfetsch (1998) efectuou um estudo comparativo sobre a gestão da informação nos contextos de três democracias ocidentais: os EUA, a Grã-Bretanha e a Alemanha, tendo concluído que, apesar de se tratar de três democracias ocidentais desenvolvidas, o ambiente em que decorre a comunicação governamental varia nos três países devido aos diferentes sistemas políticos (presidencial e parlamentar), às características e ao papel do executivo (governo de partido único ou governo multipartidário) e aos aparelhos de comunicação, formais ou informais, do governo. Estes países possuem, ainda, diferenças no que se refere às estruturas dos media e à cultura mediática. (Pfetsch 1998: 71).

No referido estudo, Pfetsch usa dois modelos de gestão da informação (Mazzoleni, citado por Pfetsch, 1998:72):

- o modelo político (centrado nos partidos)
- o modelo centrado nos media.

No primeiro - modelo político - os objectivos políticos estratégicos estão no centro da estratégia e os media não são mais que os meios da acção e não os fins. Neste modelo, o objectivo é “orquestrar” o jogo político entre as elites políticas e a competição no seio do sistema governamental. A tarefa prática deste modelo de gestão da informação consiste em enquadrar as mensagens de acordo com os objectivos políticos do governo face a outros partidos políticos e maximizar os aspectos políticos na produção de mensagens, minimizando a adaptação aos media.

Em contraste, o modelo de gestão da informação centrado nos media preocupa-se, directa e exclusivamente, em conseguir cobertura mediática favorável e apoio popular, para o qual a audiência é essencial. A estratégia do uso da lógica dos media serve-se das técnicas de “marketing” político. Oferece um produto simbólico e emoções difusas a um emotivo e instável eleitorado. A tarefa prática desta estratégia de comunicação consiste em sujeitar qualquer mensagem política aos formatos, valores notícia e lógica dos media, com o objectivo de maximizar as "chances" de cobertura mediática favorável. A substância da mensagem é, aqui, secundária.

Quadro 1
Tipologia dos modelos de gestão da informação*

<i>Objecto da mensagem</i>	<i>Estratégia de orientação da informação</i>	
	<i>Centrada nos media (EUA)</i>	<i>Centrada na Política (Alemanha e Reino Unido)</i>
Pessoa	Orientação da imagem Visualização	Ataques políticos Negativismo
Assunto	Pseudo-acontecimentos Drama e acção	Esvaziamento Enquadramento e manipulação

* Pfetsch, Barbara (1998) “Government News Management” in Doris Graber, Denis McQuail, Pippa Norris (eds) *The Politics of News The News of Politics*, C Q Press

Pfetsch não fornece dados empíricos sobre os dois modelos, nem elementos que permitam apurar como chegou às conclusões que apresenta. Contudo, com base nesses modelos, a autora conclui que a estratégia centrada nos media é praticada nos EUA devido ao sistema presidencial, à alta comercialização dos media e ao predomínio de um modelo de jornalismo adversarial, enquanto no Reino Unido e na Alemanha existe uma estratégia centrada na política. Estes dois países possuem, segundo Pfetsch, sistemas políticos parlamentares e partidos políticos fortes. Possuem, igualmente, uma imprensa política e fortes sectores públicos de televisão.

Comparativamente aos EUA, a relação entre o governo e os media é menos adversarial.

O modelo político da gestão da informação envolve, não apenas o privilegiar de certos assuntos, mas também a sua definição. Como referem Robert Denton e Gary Woodward (citados por Pfetsch, 1998:75), “as lutas políticas são, na realidade, lutas entre diferentes definições de situações. Os vencedores são aqueles que conseguem articular uma definição que corresponda ao sentimento da maioria dos votantes”. Uma vez definidos os acontecimentos, torna-se necessário fazer o seu enquadramento, isto é, mobilizar o consenso público e influenciar a cobertura jornalística.

O enfoque deste modelo é colocado no fortalecimento dos partidos como instituições e na mobilização e integração dos votantes em laços subculturais. O objectivo fundamental da produção de mensagens é informar o público, legitimar as decisões, mobilizar o público e os apoiantes, criar confiança no governo e tornar as mensagens compatíveis com os pré-requisitos institucionais do processo político. Neste modelo, o objectivo é conservar o poder político e legitimar as decisões do governo.

Quando a estratégia do modelo político é direccionada para uma pessoa, os estrategas políticos tendem a aproveitar o interesse dos media noticiosos pelos aspectos negativos, privilegiando os ataques aos opositores políticos. Esta estratégia ocorre mais frequentemente, segundo Pfetsh, em sistemas parlamentares do que em sistemas presidenciais.

No Reino Unido e na Alemanha, o processo político inclui confrontações directas entre governo e oposição nas sessões parlamentares ou nas comissões. Essas ocasiões são frequentemente utilizadas para criticar publicamente a “performance” do adversário; por outro lado, apreciações negativas podem ser divulgadas através de declarações feitas no registo de “off the record” ou fugas de informação. Outra técnica identificada por Pfetsch, usada no modelo político de gestão da informação, consiste no desvio da atenção das matérias substanciais através do esvaziamento da mensagem. Esta técnica é usada quando não se consegue controlar a mensagem.

O modelo de estratégia centrada nos media, focada em indivíduos ligados ao governo ou aos partidos, acentua a personalização da política e da liderança, a dramatização, a criação de pseudo-acontecimentos (Boorstin 1961), ataques políticos e negativismo (Pfetsch, 1998-74). Esta técnica assenta no formato mediático da visualização. É muito mais fácil visualizar pessoas do que políticas. Além disso, a exploração de aspectos de personalidade é mais conforme ao interesse jornalístico devido à dimensão humana que comporta. Nesta estratégia, o político é, muitas vezes, representado como uma vedeta, sendo a política vista como um jogo entre pessoas, em vez de confronto de ideias.

Quando a estratégia centrada nos media coloca o enfoque em assuntos, inclui, igualmente, a criação de pseudo acontecimentos que estimulam a cobertura jornalística. O “timing”, a logística e a apresentação são adaptadas aos formatos, aos critérios de selecção e à lógica do jornalismo. Trata-se de um meio de atingir os objectivos dos actores políticos.

Cada um destes modelos utiliza técnicas retóricas e simbólicas na produção de mensagens.

Muitas vezes é difícil distinguir entre personalização e pseudo-acontecimentos. Os estratégias da comunicação tentam combinar a gestão da imagem com os pseudo acontecimentos. Certas acções são construídas simbolicamente, como, por exemplo, mostrar os políticos em aparições públicas misturados com o povo. Estas aparições são uma oportunidade para demonstrar, por exemplo, a importância do papel do Presidente, no País ou no estrangeiro, ao mesmo tempo que mostram dele uma imagem de atenção e preocupação com os assuntos do País (Boorstin 1961, Pfetsch 1998).

A vantagem dos governos na orientação da informação resulta do facto de disporem de recursos e de aparelhos vocacionados para a informação. Esses aparelhos integram pessoal especializado cuja função é, precisamente, a comunicação com o público e com os media. A atenção dos media noticiosos a uma instituição é um bom indicador da sua posição de liderança.

É extremamente difícil medir, com precisão, a eficácia da gestão da informação e das estratégias de comunicação. Segundo Franklin (1994:75), no final dos anos setenta, no Reino Unido, a actividade do governo expandiu-se por um número elevado de áreas, mas em nenhuma delas essa tendência foi tão evidente e dramática como no campo da comunicação política. Através de mecanismos de controle financeiro, legislativo e outro, os governos tentam controlar o trabalho jornalístico e influenciá-lo a seu favor. O envolvimento dos governos na comunicação política, no sentido de conseguir uma imagem favorável envolve o uso de técnicas publicitárias e do “news management”. A tendência acentuou-se nos anos oitenta, sendo acompanhada de uma, também crescente, preocupação com o controle das notícias na imprensa, rádio e televisão (Franklin, 1994:76).

Nos sistemas mediáticos dos países ocidentais, sujeitos às regras do mercado, a imprensa e os media electrónicos obedecem, cada vez mais, a regras comerciais. Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico e a desregulação do mercado dos media conduziram a uma rápida proliferação de novas empresas de informação e a formas de convergência entre media noticiosos tradicionais com novos media, como a internet. Estes desenvolvimentos não só contribuem para a explosão de mensagens, como incentivam a competição. Ora, a competição entre os media e entre os actores políticos favorece a orientação da informação, na medida em que encoraja as elites a usar a

retórica e iniciativas compatíveis com os interesses jornalísticos, com prejuízo de uma informação pública responsável.

As teorias sobre a gestão da informação sugerem que existem objectivos gerais e práticas comuns em todos os países. A existência dessas práticas comuns em campanhas eleitorais em diferentes países é, geralmente, vista como uma “americanização” da comunicação política. Todavia, o processo de comunicação política não é uniforme, sendo influenciado por factores relacionados com o contexto de cada país. Pfetsch (1998) estudou três aspectos do contexto político que, em sua opinião, podem afectar a gestão da informação: o papel do executivo, a estrutura dos media e a cultura dos media.

No que se refere ao executivo, a autora comparou o sistema presidencial com o sistema parlamentar, assumindo que quanto maior é a independência do chefe do executivo face ao parlamento, mais personalizada e orientada para os media é a estratégia de comunicação. Por seu turno, Katz, (1999:205) afirma que os “acontecimentos mediáticos” permitem que os seus protagonistas principais “falem sobre as cabeças” dos intermediários que, normalmente, fazem a mediação entre os líderes e o seu público. Este autor, chama “desintermediação” ao modelo de comunicação directa dos líderes com públicos alargados através da televisão, “curto-circuitando” o aparelho partidário e o parlamento, num primeiro passo, e “neutralizando a intermediação profissional dos jornalistas num segundo momento”.

Quanto à estrutura do sistema mediático, Pfetsch considera que, quanto maior é a competição e a comercialização, mais prevalece a estratégia centrada nos media.

Finalmente, a cultura dos media abrange a interacção entre os actores políticos e os media.

O modelo de gestão política da informação é mais frequente nos sistemas caracterizados pela existência de regras consensuais entre jornalistas e políticos, enquanto que o modelo de gestão centrada nos media é mais frequente quando existe uma cultura adversarial no jornalismo.

3. 2. A literatura sobre Aparelhos de Comunicação

O uso de técnicas de comunicação por parte dos governos, evoluiu de uma política baseada no comunicado de imprensa e em relações interpessoais entre políticos e jornalistas, para um processo profissionalizado e especializado de comunicação estratégica de controle do fluxo das notícias. Estes desenvolvimentos, a que Gurevitch e Blumler (1990) chamam “o processo moderno de publicidade política”, foram acompanhados pelo surgimento de diferentes formas de gestão da informação (Pfetsch 1998: 70).

Devido à modernização dos meios técnicos de comunicação e ao advento da publicidade política, os anteriores laços pessoais entre os assessores de imprensa e jornalistas foram substituídos por métodos de “marketing” político e planeamento estratégico da comunicação. Ora, a profissionalização implica, não só o uso de especialistas de comunicação, mas também a introdução de um conjunto de regras gerais derivadas do “marketing” político.

Alguns autores, consideram os Gabinetes de Imprensa fontes de informação activas, organizadas e, habitualmente, estáveis, que cobrem as necessidades de informação, quer internas, quer externas, de organizações e pessoas que desejam transmitir uma imagem positiva para influenciarem, a seu favor, a opinião pública (Ramirez 1995). Outros, consideram-nos indústrias subsidiárias de serviços, cujo objectivo é lançarem no mercado dos media mensagens que alimentem as suas necessidades de informação e correspondam a objectivos pré-determinados. Outros ainda, mais radicais, como Alberto Moncada (citado por Ramirez) consideram os Gabinetes de Imprensa instrumentos da estratégia do poder para controlar a informação e manter desinformados os adversários.

Estas definições coincidem no ponto de que os gabinetes de Imprensa são fontes de informação organizadas, estáveis e activas, isto é, funcionam de forma contínua, possuem um local físico próprio e são activos na sua relação com os media, o que significa que, ao invés de se manterem, passivamente, à espera de ser, por eles, contactados, procuram-nos para lhes fornecer informação. Não são já tanto os jornalistas que vão atrás da notícia, é a própria notícia que vai atrás do jornalista.

Os assessores de imprensa conhecem a existência de “necessidades de acontecimentos” (Molotch e Lester 1974) da comunidade jornalística, e de informação fora dos circuitos institucionais dos Gabinetes de Relações Públicas e de outras fontes burocráticas. Para corresponderem a essa necessidade, organizam encontros informais entre os líderes políticos e os jornalistas, que interessam a ambas as partes.

Os assessores de imprensa tornaram-se, assim, elementos com peso junto das instituições para as quais trabalham. Chefes de Estado e de Governo não dispensam a sua presença, em toda a parte, onde a comunicação social está presente. São elementos da confiança pessoal e política de políticos e empresários. São os seus porta-vozes e, por assim dizer, os seus olhos, os seus ouvidos e o seu rosto.

Para poderem levar a cabo os seus objectivos, os Gabinetes de Imprensa têm de possuir pessoas com conhecimento do processo de produção de notícias, isto é, os critérios de noticialidade, as rotinas organizativas dos media noticiosos, os seus constrangimentos e as suas necessidades, a fim de optimizarem os seus próprios esforços. Os Gabinetes de Imprensa organizam-se, pois, como fontes de informação, tornando-se parte do processo de produção de notícias, condicionando-o e podendo, mesmo, chegar a orientá-lo.

Por outro lado, assim como as fontes contribuem regularmente com os media, quer como fontes de informação, quer como autoras de textos e colunas de opinião, estabelecendo grande proximidade com as redacções, assim também os jornalistas fazem carreira como relações públicas de instituições. Muitos assessores de imprensa foram jornalistas que fizeram carreira e, por isso, conhecem bem as práticas da profissão. Aliás, dentro das próprias organizações, os jovens membros dos gabinetes trabalham como repórteres entre, por um lado, os altos funcionários da organização e, por outro, os media, assegurando a circulação da informação. Ericson et al (1989) consideram que isso representa uma forma de convergência.

Num estudo publicado na revista “Journalism & Mass Communication Quarterly”, Lynne M. S. M. Steinfatt, and Michael B. Salwenallot Thomas (1998) analisam os valores de ambas as profissões, tendo verificado que a maior parte dos valores identificados pelos jornalistas e pelos profissionais de relações públicas são comuns, diferindo apenas na sua hierarquização. O estudo analisa, também, a percepção que cada

uma das categorias possui, relativamente à outra, sendo que, nos dados obtidos, ambas reconhecem a “poderosa influência” que as relações públicas exercem na “configuração da agenda” .

3. 3. A literatura sobre as relações entre jornalistas e fontes

Como atrás se refere, existe uma vasta literatura sobre as relações dos políticos e funcionários com os jornalistas. Na perspectiva do presente trabalho, revestem-se de particular interesse os aspectos relacionados com as relações de dependência e interdependência entre políticos e jornalistas e entre os próprios jornalistas destacados para cobertura de uma organização ou de um acontecimento. Igualmente relevantes para este trabalho são os estudos sobre a organização da cobertura jornalística de organizações oficiais e sobre os processos através dos quais as fontes procuram controlar a informação divulgada nos media noticiosos.

Num trabalho realizado em 1973, nos EUA, Léon Sigal afirma que as relações entre a imprensa e o governo podem explicar, não apenas as notícias, mas também algumas acções do governo. Sigal conduziu as suas investigações em torno de dois tipos de questões: por um lado, saber como é que a imprensa cobre o país e o mundo e, por outro, como se processa a informação obtida. Sigal interroga-se sobre as razões pelas quais os funcionários e os políticos fazem uso da imprensa e como conseguem atingir, através dela, os seus objectivos.

Para obter resposta a estas questões, Sigal estudou a interacção entre jornalistas e funcionários do governo, o que lhe permitiu compreender melhor, por um lado, o campo jornalístico e, por outro, o campo da política. Sigal apurou que as notícias provêm dos políticos mais do que de qualquer outra fonte. A maior parte provém dos canais de rotina de organizações onde há repórteres em permanência. Contudo, segundo Sigal, nem toda a informação provém desses canais. Muita informação provém de funcionários que, por sua iniciativa, dão informação sem autorização específica para o fazerem (Sigal 1973:131).

Para Sigal (1973), a recolha de informação política processa-se principalmente em torno das instituições governamentais. A autoridade e a credibilidade da fonte relaciona-se com a sua posição hierárquica. Quanto mais elevada é a sua posição no seio do governo ou da Presidência, maior é a sua capacidade para influenciar as notícias. Esta regra conduz os media noticiosos a destacarem jornalistas para cobertura de departamentos do governo, presidência e outras organizações. Nos EUA, segundo Sigal, em virtude da sua posição na hierarquia do Estado, o Presidente é considerado uma fonte credível. Os media noticiosos sentem como que uma forte compulsão em reportar os actos em que o Presidente participa e o que ele diz em quase todas as ocasiões.

Por seu turno, Ericson, Barenek, e Chan (1989) analisaram a maneira como, no Canadá, as fontes organizam os seus contactos com os media, afirmando que a maioria das fontes está ligada às organizações oficiais. Estes autores debruçam-se sobre os processos pelos quais as fontes controlam a sua imagem, a autonomia dos jornalistas, o controle dos desvios, em suma, como é que as fontes usam a lógica dos media noticiosos e qual o grau de convergência e de divergência entre ambos.

Ericson et al (1989) referem-se ao facto de os jornalistas citarem sobretudo os altos funcionários, directores, administradores, ministros, professores, em vez de pessoal subalterno e explicam esse facto com a circunstância de se tratar de pessoas socialmente reconhecidas que estão em posição de saber e são autorizadas a responder, de uma maneira satisfatória, sobre assuntos da responsabilidade das respectivas organizações. Ora, através da divulgação de vozes autorizadas, inseridas numa determinada ordem social, que decidem o tipo de conhecimento que é divulgado, os media noticiosos exercem uma autoridade própria. Assim, os media, juntamente com as principais organizações que funcionam como fontes, constituem, para estes autores, instrumentos de autoridade na sociedade.

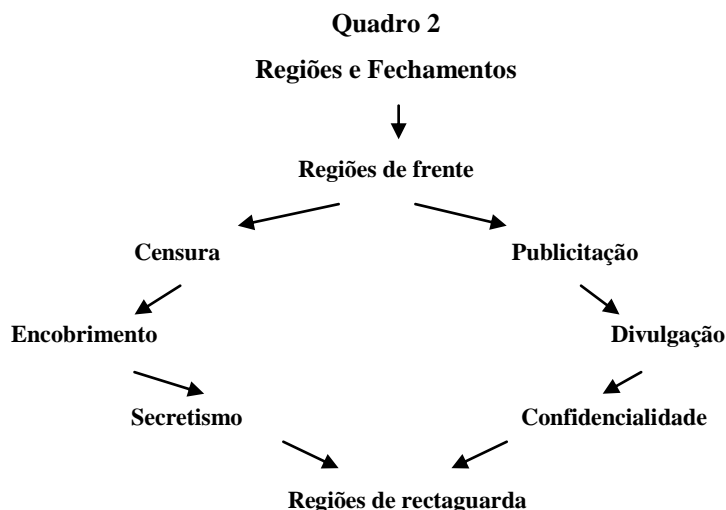
As organizações que funcionam como fontes e os media noticiosos possuem convergências a diversos níveis e funcionam como parceiros inseparáveis. A convergência é evidente a um nível institucional. Autores como Ericson et al, (1989), Hess (1984,1986) e Manheim (1998), estabelecem uma ligação entre as elites que controlam o governo e as burocracias que são objecto de notícias, e as elites dos media. Estas elites interagem na definição de quem participa socialmente, alimentando uma cultura própria que limita a capacidade de uma análise independente por parte dos

jornalistas, relativamente às instituições sobre as quais escrevem. Ericson et al (1989) afirmam que é muito difícil documentar a influência dos valores culturais dessas elites no trabalho jornalístico. Apesar de os valores não funcionarem de uma maneira determinista, moldam percepções e levam à aceitação de uma determinada ordem social que passa pela aceitação de determinados procedimentos. Todavia, acrescentam Ericson et al, é evidente que não é fácil ser jornalista numa organização cujos interesses são, em última análise, limitados pelos das elites sobre as quais as notícias incidem.

Os jornalistas estabelecem especiais afinidades com as fontes, com as quais partilham os mesmos conceitos de "valor-notícia". As fontes sentem-se, muitas vezes, constrangidas pela necessidade de se conformarem com a ideologia profissional dos jornalistas. Weber (citado por Ericson et al, 1989:15) diz que há uma "afinidade electiva" entre as ideias e os interesses dos jornalistas e das suas fontes. As fontes aprenderam a usar as formas e os conteúdos estabelecidos pelos jornalistas, no que respeita ao material considerado de interesse para ser publicado.

O jornalista "dá sentido" às iniciativas da organização e, com isso, afecta as relações sociais no seio da referida organização. Existe entre ambos uma relação de interdependência.

Ericson et al, propõem uma abordagem que permita apreender como é que os "terrenos" físico, social e cultural emergem em cada organização e como afectam as notícias. Estes autores, analisam os processos através dos quais a fonte trabalha esses "terrenos" para desenvolver as suas táticas e estratégias ofensivas e defensivas, relativamente ao controle das notícias. Nessa perspectiva, analisam aquilo a que chamam a "relativa autonomia das fontes", traçando um quadro definidor de "regiões" de frente e de retaguarda, cruzadas com espaços de publicidade e censura, secretismo e confidência, divulgação e encobrimento. Esse quadro permite analisar os processos através dos quais as fontes controlam a divulgação da informação e protegem os dados que pretendem manter fora do alcance dos media noticiosos.



Fonte: Ericson e al, 1989

As "regiões" de rectaguarda são os espaços onde se realiza o trabalho da organização e onde as decisões são tomadas, o qual é apenas aberto às pessoas oficialmente autorizadas. Excluídos estão, não só os que não têm qualquer papel oficial na organização, mas também aqueles que, dentro da organização, apenas têm acesso a outras "regiões" (Ericson et al, 1989).

As "regiões" de frente são definidas como as áreas onde os assuntos públicos da organização são tratados. Em situação normal têm acesso a elas, não apenas os funcionários da organização, mas também aqueles que têm ligações com ela. Em algumas organizações, o público pode aceder a esses espaços como mero espectador, sem nenhuma tarefa especial como, por exemplo, o público que assiste nas galerias às sessões no Parlamento, incluindo os jornalistas.

Qualquer esforço para guardar sinais ou informações do conhecimento de outros é uma tentativa de secretismo. Uma maneira óbvia de manter o secretismo é excluir das "regiões" de rectaguarda as pessoas que se pretende manter afastadas de determinada informação (Ericson et al, 1989).

A divulgação envolve esforços para comunicar sinais em várias "regiões". Um esforço para comunicar uma coisa não autorizada, da qual apenas é, normalmente, comunicada

a parte autorizada e a expectativa de que não é para ser conhecida de outros, é a confidência. A confidência - revelação de matérias privadas num contexto de confiança mútua - respeita, normalmente, a actividades que transpiram nas regiões de rectaguarda. A divulgação é a condição normal da publicação.

Apesar de as fontes controlarem, em parte, o processo de produção de notícias, esse controle não é total, na medida em que lhes escapa o controle da edição de textos; por exemplo, os "cortes" e as "montagens" são, exclusivamente, da responsabilidade dos jornalistas. Aliás, o facto de as organizações recorrerem a publicidade paga e a existência de protestos por parte das fontes, relativamente a determinadas matérias publicadas, são a prova de que as fontes não controlam todo o processo jornalístico.

As teorias de Molotch e Lester (1974) sublinham o papel do campo jornalístico no funcionamento das sociedades modernas e na comunicação política, na medida em que, segundo estes autores, as actividades quotidianas de construir acontecimentos correspondem a interesses específicos de pessoas ou instituições. Para Molotch e Lester (1974), os promotores de notícias (*news promoters*), são aqueles que identificam e tornam uma ocorrência especial e observável para os outros.

Molotch e Lester analisam os "acontecimentos de rotina", afirmando que são distinguíveis pelo facto de o "happening" subjacente em que, presumivelmente, se baseiam serem realizações intencionais e pelo facto de as pessoas que se encarregam do "happening" ("executores ou effectors") serem idênticas àquelas que os promovem em acontecimento. São acontecimentos em que promotores e executores por um lado, e jornalistas por outro, coincidem na necessidade de notícias, mesmo que essa coincidência nem sempre seja suficientemente clara.

Para Molotch e Lester, o acesso aos media dos promotores de acontecimentos de rotina é condição indispensável ao sucesso da sua transformação em notícia. Ora, o acesso aos media não é igual para todos os promotores de acontecimentos e é nessa capacidade de acesso, isto é, de penetração nos media, que, para os autores, se joga muito do que chega ao conhecimento público.

Também Sigal (1973) reconhece que o facto de instituições políticas como o Governo, o Parlamento e a Presidência constituírem os principais locais de circulação da

informação e, portanto, existir aí uma estrutura organizacional de incentivos, não só atrai os media noticiosos, no sentido da sua cobertura jornalística, como lhes confere, enquanto fontes oficiais, a primazia na negociação do conteúdo das notícias. Os políticos e os seus assessores constituem a audiência mais importante para os jornais nacionais e, nessa medida, embora indirectamente, moldam também o conteúdo das notícias.

Em virtude da influência que exercem na vida pública, o que as fontes autorizadas dizem pode ser significativo, quer seja, ou não, verdade. Como resultado desta convenção, a informação oriunda das fontes oficiais, bem como o conhecimento daí resultante - que é prevalecente nos meios oficiais - domina a cobertura jornalística dos eventos.

Para Sigal (1973:127), o sistema do destacamento de repórteres para cobrirem em permanência uma personalidade ou uma organização, ao concentrar os repórteres nos locais onde as notícias emergem através de canais de rotina, reforça o predomínio desses canais.

A socióloga norte-americana Gay Tuchman (1978) utiliza o conceito de "rede noticiosa" para se referir ao processo de captação de notícias usado pelos media noticiosos, afirmando que ao cobrirem, sobretudo, as instituições que compõem a hierarquia do Estado, eles contribuem para o seu conhecimento público, o que a leva a considerar que a notícia é uma aliada das instituições legitimadas. Tuchman afirma que os media noticiosos colocam repórteres junto de instituições legitimadas onde é suposto existirem notícias porque é mais provável que as ocorrências venham a ser definidas como notícias quando os repórteres as testemunham, ou quando delas têm conhecimento sem grande esforço. Todavia, o estabelecimento de redes noticiosas praticado, sobretudo, pelos media noticiosos de maior expansão (e poder económico) não impede, quer esses media, quer outros de menor dimensão, de enviarem a certos locais ou organizações outros repórteres para uma abordagem diferente daquela que é dada por um repórter já familiarizado com o local, como é o caso dos correspondentes permanentes.

Tuchman (1978) afirma que a distribuição dos repórteres em "rede" possui importância teórica, na medida em que é uma chave para a constituição da notícia. A localização da

rede informativa em lugares institucionais determinados, é um elemento marcante no estabelecimento de determinados aspectos da realidade como notícia. Dado que os media noticiosos colocam os seus repórteres, sobretudo, nas organizações com maior poder na sociedade, as instituições legitimadas têm mais probabilidades de conseguir noticialidade. Nesta perspectiva, a ausência de repórteres num local, ou numa organização, ou a existência de um menor número de repórteres de serviço, equivale a ausência de notícias, ou a um menor número de notícias sobre esse local, ou essa organização.

A rede informativa é concebida para atrair o interesse dos leitores e assenta em três ideias, sobre o que é o interesse dos leitores: o “espaço” (na medida em que os leitores se interessam por acontecimentos que ocorrem em determinados espaços); “instituições” que, supostamente, possuem actividades específicas e “assuntos” que é suposto interessarem os leitores (Tuchman, 1978).

Geograficamente, os jornalistas são colocados pelas suas organizações em delegações em várias partes do mundo, ou em instituições sediadas nas principais cidades do respectivo País. Possuem uma hierarquia de autoridade, no sentido formal do termo. Operam dentro de um sistema de regras na realização do trabalho de recolha e tratamento da informação e interagem uns com os outros, não simplesmente enquanto pessoas, mas enquanto pessoas inseridas numa organização. (Sigal 1973).

Um jornalista raramente cobre um assunto sozinho. Há sempre colegas de outras organizações, trabalhando no mesmo assunto. Quando acompanham uma personalidade, viajam em grupo.

Hess (1984) afirma que se sabe pouco acerca das relações entre o jornalismo e o governo. Aquilo que geralmente se sabe, diz este autor, não é muito abonatório e torna mais urgente conhecê-las melhor. Os jornalistas dizem que os assessores e as várias burocracias políticas e partidárias divulgam apenas a informação que lhes interessa, escondendo o que não lhes interessa. Outros, falam de controle da imprensa ou das máquinas de desinformação em que se tornam alguns gabinetes de imprensa. É difícil encontrar um texto ou assistir a uma discussão sobre as relações do governo com os jornalistas sem encontrar as palavras orientação, manipulação e controle. Por outro lado,

os assessores dizem que os jornalistas escrevem o que pensam sobre um assunto e, depois, procuram factos que o comprovem (Hess,1984:5).

Apesar de constatarem o papel dos media na reprodução das ideologias dominantes, Stuart Hall, C.Chritcher, T. Jefferson, J. Clarke e Brian Roberts (1993), acreditam na “relativa autonomia” dos jornalistas. Contudo, chamam a atenção para a dependência dos jornalistas em relação aos "definidores principais" - as fontes institucionais - que, pela sua aparente credibilidade e pela natureza do trabalho jornalístico (pressões do tempo, cobertura de assuntos pré-agendados, critérios de imparcialidade, equilíbrio e objectividade), isto é, pela relação estruturada que estabelecem com os jornalistas, se tornam, na realidade, os principais agentes da consolidação das ideias dominantes.

Mark Fishman (1980), fornece um enquadramento teórico para a análise do papel do jornalista deslocado da redacção e destacado para cobrir um assunto, uma instituição ou uma individualidade. A análise da figura do “jornalista destacado” revela-se particularmente útil para a análise da cobertura jornalística da Presidência Aberta, efectuada por jornalistas em condições análogas às descritas por Fishman.

Fishman debruça-se sobre as características das organizações cobertas regularmente por repórteres (a que os autores americanos chamam "beat"), tentando tipificá-las. Trata-se, para este autor, de um conceito enraizado no mundo jornalístico. Através das observações que fez junto do jornal americano “Sacramento Bee”, Fishman encontrou alguns pontos-chave que o ajudaram a clarificar o conceito: um "beat" é uma organização, ou um local que possui uma história nos media noticiosos, que sobrevive para além dos jornalistas que nele trabalham. Embora os jornalistas variem, a estrutura de cobertura mantém-se.

Para Fishman (1980: 43-44) o jornalista que acompanha uma organização constrói, a pouco e pouco, o seu próprio espaço. Senta-se na mesma sala, conversa com as mesmas pessoas, faz amizades e conhecimentos, porque as próprias organizações lhe facilitam isso. As fontes, dentro da organização, sabem onde o repórter se encontra e como contactar com ele, o que facilita que novas fontes, ou mesmo estranhos com acesso à organização tenham facilidade de estabelecer contacto com o repórter. Muitas vezes, há fontes da organização que passam ideias e fugas para os jornalistas.

Para Ericson et al (1989), a convergência entre fontes e jornalistas é mais evidente nos casos de jornalistas destacados ou correspondentes junto de organizações. Em muitas organizações, a fonte simboliza incorporação do jornalista na organização através de facilidades logísticas. Os jornalistas tornam-se parte da cultura e da socialização da organização. Os seus valores e a sua cultura tornam-se coerentes com os da organização. Isso significa que o que é importante para a fonte se torna importante para o jornalista, isto é, a socialização significa que os "sinais" dados pela fonte não conflituam com os interesses dos jornalistas. Os jornalistas participam, assim, das actividades sobre as quais escrevem. Para estes autores, as convergências institucionais e organizacionais entre jornalistas e fontes criam um estado de dependência dos jornalistas, relativamente às fontes. Confrontado com um universo construído burocraticamente, o jornalista limita-se a reproduzir construções burocráticas para consumo público.

Hess (1978) analisou a mesma problemática, cingindo-a aos repórteres que trabalham em Washington. O autor constatou que as organizações cobertas na base de jornalistas destacados correspondem aos departamentos oficiais do governo: a Casa Branca, o Departamento de Estado, o Pentágono, etc., dependendo, o seu número, do pessoal jornalístico que cada media noticioso possui. Esta divisão geográfica do trabalho – o destacamento de repórteres por edifícios – possui, segundo Hess, algumas vantagens: minimiza disputas jurisdicionais entre os repórteres, é mais fácil de administrar e divide o trabalho em proporções razoáveis (1978: 47).

Hess refere que, em Washington, os media noticiosos não se limitam, contudo, às organizações ligadas ao governo. O governo é uma rede – tudo tem a ver com tudo. Todavia, os media noticiosos estão, segundo o autor, a enveredar, crescentemente, pela distribuição de repórteres por assuntos, a que Fishman (1980:30) chama “especialização tópica” que, na opinião deste autor, coincide, na maioria dos casos, com a especialização geográfica.

Hess efectuou uma investigação junto de jornalistas destacados em organizações, em Washington, para apurar as motivações dos repórteres, relativamente aos locais onde são colocados, tendo chegado a conclusões que o levaram a considerar que são seis os factores que determinam os desejos dos jornalistas face às organizações onde são

colocados: exclusividade, viagens, autonomia, visibilidade, proximidade relativamente ao poder e não exigência de pesquisa documental para a cobertura jornalística (1978: 50-52).

A cobertura jornalística de instituições feita na base a que aludem os autores que tenho vindo a citar, isto é, por jornalistas destacados da sua redacção, proporciona um convívio diário entre jornalistas de media concorrentes. A literatura debruça-se, também, sobre as relações que se estabelecem entre os próprios jornalistas destacados.

Tuchman (1978), refere que o convívio diário de repórteres de media noticiosos concorrentes, em locais geograficamente afastados das suas redacções principais, leva à criação daquilo a que autora chama “a cultura da sala de imprensa”, isto é, a participação dos repórteres numa cultura comum construída no convívio diário uns com os outros e na familiaridade que estabelecem com as fontes. A partilha de informação entre jornalistas de media noticiosos rivais é mais frequente nas salas de imprensa do que fora delas, o que leva a que os repórteres, nessa situação, convivam mais com colegas de outros media do que com os colegas da sua redacção.

Também Sigal (1973) refere que os repórteres que se encontram a cobrir uma determinada organização trocam impressões uns com os outros, quer por uma questão de eficiência, quer porque se torna necessário que exista colaboração, por exemplo, quando se torna necessário formar "pools" para a cobertura de eventos restritos. As "pools" são, no fundo, apenas a formalização de uma colaboração que existe. Trocando informação e interpretações acerca de pessoas e acontecimentos, os repórteres e os editores estão, imperceptivelmente, a forjar consensos acerca do que é notícia. Nas organizações, como nas redacções, os repórteres não trabalham sozinhos, mas em grupo. No decurso dos eventos, o grupo, subtilmente, molda um julgamento de grupo com base nos valores individuais. Esse julgamento colectivo que é o consenso, contribui para tornar mais seguro o mundo inseguro das notícias. A conversa informal estabelece as bases para o consenso sobre o que é notícia. O que os jornalistas sabem depende, em grande parte, de quem eles conhecem, o que, por sua vez, depende de onde eles estão colocados (Sigal 1973:46).

A questão do consenso sobre as notícias e a partilha de informação entre os repórteres é também abordada por Fishman (1980). Segundo este autor, um jornalista que vê o seu tema ser tratado por outros considera que o seu julgamento está confirmado. Se houver algum jornal reticente em relação ao tema, deixa de o ser, dado que todos os outros lhe pegam. Muitas notícias e temas ganham, assim, uma vida própria. Para Fishman, pelo menos em parte, as notícias criam o ambiente que relatam (1980-11).

Uma forma frequente de colaboração entre os repórteres destacados junto de uma organização é a ligação aos canais de rotina de divulgação de informação usados pelas fontes oficiais – o comunicado de imprensa e a conferência de imprensa. Esses canais facilitam o trabalho do jornalista, fornecendo-lhe informação com interesse jornalístico a horas e no local indicado, de maneira que facilita a sua transcrição. Acima de tudo, fornece a todos a mesma informação.

Apesar da colaboração existe, também, competição entre os repórteres que cobrem uma organização. Essa competição é baseada, não apenas na velocidade de informação, mas, também, na originalidade da informação. Obter notícias primeiro, significa obter exclusivos - “estórias” que um repórter consegue sozinho. (Sigal 1973:53).

Schlesinger (1989) analisou as cumplicidades que se estabeleceram entre os jornalistas que cobriram os conflitos do Vietnam e das Falkland, nos media norte-americanos, e as fontes oficiais. Para este autor, a dependência dos media americanos das fontes oficiais, na definição da agenda política, levou os jornalistas a espelharem os consensos e as contradições da classe política, marginalizando os protestos contra a guerra e as posições minoritárias, só fazendo eco das opiniões divergentes quando as divisões se verificavam nos meios oficiais.

Paolo Mancini (1993), sublinha a importância das formas de interacção existentes entre jornalistas e políticos, e entre os próprios jornalistas na organização e produção das notícias. Este autor refere que os jornalistas são, muitas vezes, usados pelos políticos como instrumento de estratégias político partidárias, ou pessoais.

Mancini analisa a relação dos jornalistas que cobrem as instituições políticas em Itália, afirmando que em situações que envolvam permanência dos jornalistas fora do seu local de trabalho, durante um período de tempo relativamente prolongado, as relações com as

fontes se tornam ainda mais complexas, não apenas porque os jornalistas dependem, em grande parte, de apoios logísticos fornecidos pelas fontes, mas, sobretudo, porque essa proximidade proporciona a criação de uma intimidade propícia a confidências e intrigas.

As relações de proximidade entre jornalistas e políticos proporcionam benefícios a ambos, uma vez que os jornalistas procuram notícias e os políticos procuram visibilidade, ou notoriedade, e isso aproxima-os, embora também seja causa de conflitos. Factor essencial dessa relação é a credibilidade, a confiança e o respeito pelas regras que deve existir entre ambas as partes. Mancini identifica as componentes dessa confiança: conhecimento do “terreno” em que o jornalista trabalha; conhecimento das regras tácitas entre políticos e jornalistas; respeito por essas regras.

II Capítulo

1. Aparelhos de comunicação

1. 1. Europa e Estados Unidos

Antes de me debruçar sobre o aparelho de comunicação do Presidente da República, em Portugal, considero útil expôr, à luz da literatura mais recente, algumas das linhas principais da organização e funcionamento dos aparelhos de comunicação dos governos, no Reino Unido e na Alemanha, e do Presidente, nos Estados Unidos da América. A escolha deve-se ao facto de se tratar dos casos mais estudados, quer por parte de investigadores, quer por parte de jornalistas que sobre eles escreveram.

Os gabinetes de comunicação possuem uma longa história na Europa. No final dos anos 20, num congresso de sociologia realizado na Alemanha, discutia-se, pela primeira vez de forma sistemática, a introdução das técnicas de relações públicas em funções públicas, partidos políticos e instituições de todos os tipos. O fenómeno, identificado então como um campo autónomo de análise e reflexão, causou enorme perplexidade e provocou reacções desencontradas, chegando alguns a considerar que Assessorias de Imprensa e Gabinetes de Comunicação representavam uma ameaça à liberdade de imprensa. (Brinkan, 1931)

Hoje em dia, estes Gabinetes são uma prática corrente em muitas instituições. As ofensivas de imagem estão na ordem do dia. Proliferam os "lobbys" mundiais e a Comunicação é, hoje, um grande negócio.

No Reino Unido, George Steward, funcionário do "Foreign Office News Department", foi a primeira pessoa a ser nomeada como "Press Secretary", em 1931 (Franklin, 1994:83). Até 1952 o cargo manteve-se, embora sem relevância. Winstom Churchill que, segundo Franklin, não gostava de jornalistas nem valorizava o trabalho dos gabinetes de comunicação, viu-se obrigado, em Maio de 1952, devido à deterioração da imagem do governo, a constituir um "Press Office". A partir dessa altura as funções do "Press Secretary" consolidam-se (Franklin, 1999:85).

Em Novembro de 1979, Bernard Ingham é nomeado "Press Secretary" da Primeira Ministra Margaret Thatcher. Segundo Franklin (1994:82-84), Ingham via o seu papel como o de um "gate-keeper" que controlava os fluxos de informação, espécie de ponte entre o governo e os media. Ingham começava o seu dia de trabalho organizando os recortes de imprensa sobre Thatcher, o que era apreciado pela Primeira Ministra que apenas costumava ler o "Sunday Times" ao fim de semana. Segundo Franklin, nunca um primeiro ministro depositou tanta fé num "Press Secretary". Para este autor, Ingham possuía uma enorme influência na Primeira Ministra, estruturando a sua relação com os jornalistas, aconselhando-a e a alguns dos seus ministros sobre quando e como devia falar com os jornalistas. A sua identificação com Thatcher era total, o que levou a Primeira Ministra a recompensá-lo, melhorando o seu estatuto e o seu salário. Em 1989, Thatcher nomeia Ingham como responsável do "Government Information Service" (GIS), atribuindo-lhe quatro importantes funções: assessor pessoal para os media; porta-voz de todo o governo; responsável pelo recrutamento, formação e progressão na carreira de cerca de 1200 funcionários de informação e coordenador de um orçamento de 168 milhões de libras para publicidade (Franklin, 1994:85).

Ingham exercia um controle apertado sobre a informação, de modo a que nada fosse publicado sem que o governo autorizasse. Competia-lhe assegurar que o governo falasse a uma só voz, que cada membro do governo tivesse acesso ao que os outros faziam e que o governo não divulgasse mais do que um assunto importante por dia (Ingham, 1991).

Desde o governo de M. Thatcher que a comunicação oficial está fortemente centralizada no gabinete do Primeiro Ministro. Segundo Margaret Scammell (1995:230), o "Central Information Office", cujo objectivo era explicar as políticas governamentais e divulgar informação de interesse público, foi transformado, durante o governo Thatcher que durou de 1979 a 1990, numa máquina de marketing para a promoção de políticas controversas. Segundo a mesma autora, as despesas com publicidade cresceram de \$60 milhões para \$255 milhões de libras durante os cerca de 11 anos em que Thatcher governou o Reino Unido.

No Reino Unido, os gabinetes e os serviços de informação do governo coexistem com outras dimensões da gestão da informação, como, por exemplo, os canais interpessoais

entre jornalistas, assessores e outros funcionários do governo. Esses canais de comunicação são um meio de criação de laços de confiança entre jornalistas e fontes, e de emergência de culturas de comunicação comuns onde a informação circula.

No Reino Unido existe uma situação equivalente à do "press corps" da Casa Branca, no Lobby do Parlamento, em Westminster e, na Alemanha, entre os "círculos de background", em Bonn².

Segundo Franklin (1994:85) o "Lobby" surgiu em 1884, quando, por motivos de segurança, o "Lobby" de Westminster foi vedado ao público com exceção dos Membros do "Lobby" e dos jornalistas políticos cujos nomes constavam de uma lista autorizada. O "Lobby" é o maior centro de circulação de informação em Londres, com cerca de 220 jornalistas acreditados que têm acesso privilegiado a Westminster, a "briefings" duas vezes por semana com o secretário de imprensa do Primeiro Ministro e ao convívio com os funcionários do governo. O "Lobby" é um útil instrumento para a gestão de informação, na medida em que o seu princípio fundamental é a não atribuição de fontes. As trocas de informação e a marcação da agenda são facilitadas, porque as notícias podem sempre ser atribuídas a fontes bem colocadas ou a fontes próximas de "Downing Street", sem menção de uma determinada pessoa (Boyce, 1982).

Michael Macdonag³, um repórter correspondente no "Lobby" no princípio do século, descreve a função dos repórteres como recolha das intrigas dos membros do Lobby, da informação oficial do governo e da oposição, de modo a servir-lhas ao pequeno almoço do dia seguinte, em parágrafos concentrados e, muitas vezes, com comentários pessoais picantes. Para Franklin (1994), a situação na sua essência pouco se alterou. O "Lobby" continua a produzir a maior parte da informação política que chega ao público. Contudo, segundo este autor, nos anos cinquenta assistiu-se à interpenetração de processos que alteraram consideravelmente o carácter e as rotinas de trabalho no "Lobby", produzindo uma "colectização", "apropriação" e "codificação". Assim, o "Lobby" transformou-se, de um conjunto de jornalistas que competiam entre si, num colectivo, que é "brifado em massa", em conferências de imprensa "prontas a servir". Em segundo lugar, o governo apropriou-se do "Lobby", usando-o como um canal de

² Em Washington, a interacção entre os jornalistas e os assessores de imprensa é muito próxima, porque o "press corps" tem acesso à Casa Branca onde dispõe de instalações próprias.

³ citado por Franklin, Bob (1994) *Packaging Politics, Political Communications in Britain's Media Democracy*, London, Arnold, p. 86

informação. Transformou-o assim, de um observador activo e crítico do processo político, num passivo difusor das mensagens do governo. Finalmente, para Franklin, o "Lobby" deu origem à codificação de um conjunto de regras baseadas na não atribuição de fontes, enquanto, ao mesmo tempo, obriga os jornalistas a usarem uma só fonte, habitualmente o "Press Secretary" do Primeiro Ministro (Franklin, 1994:86).

O "Lobby" é, crescentemente, objecto de algum criticismo, quer de jornalistas, quer de políticos, devido ao segredo que caracteriza as suas operações. As críticas incidem sobre o facto de os jornalistas se deixarem absorver pelo sistema - tornaram-se promotores dos interesses do "Lobby" em vez dos interesses dos leitores. Consequentemente, falharam a sua função de criticar o governo. O "Lobby" produz um "jornalismo preguiçoso" feito por "jornalistas preguiçosos" (Franklin, 1994:86).

Nicholas Jones (1999:12), antigo correspondente parlamentar do "Times", partindo das transformações operadas na comunicação política no Reino Unido, durante o governo Thatcher, analisa a relação do governo trabalhista de Tony Blair com os media. Jones salienta o papel de Alastair Campbell, o "Press Secretary" de Blair, a quem considera o verdadeiro estratega do governo. Segundo Jones, Campbell opunha-se fortemente aos "briefings" televisivos por considerar que a presença diária do "Press Secretary" na televisão, a responder aos jornalistas sobre assuntos de actualidade, podia ser vista pela Câmara dos Comuns como um ataque às funções do Parlamento e uma ultrapassagem da responsabilidade dos ministros perante os deputados. Jones afirma que Campbell e os seus colegas foram, algumas vezes, chamados à atenção pela "Speaker", Betty Boothroyd, devido ao modo como a informação política era divulgada, com anúncios e detalhes nos media antes de ser anunciada aos membros do Parlamento. Jones descreve a preocupação do Press Secretary de Blair relativamente à estratégia de comunicação do governo e os seus esforços para controlar a agenda. Jones escreve que as tentativas de Campbell para implementar uma estratégia pró-activa por parte do gabinete de Blair provocaram protestos dos membros do Partido Liberal e do Partido Conservador. Estes partidos acusavam o governo de politizar os serviços de comunicação e de informação, acusação que foi objecto de investigação em Junho de 1998 por parte da "House of Commons Select Committee on Public Administration". Campbell defendeu-se das acusações, afirmando não ter ultrapassado a fronteira que separa o serviço público dos interesses partidários (Jones, 1999:14). Por ocasião da deslocação a Portugal do

Primeiro Ministro Blair para participar no Conselho Europeu de Santa Maria da Feira, em Junho de 2000, Campbell, que o acompanhou, afirmou que "as suas relações com os jornalistas se tinham tornado muito difíceis"⁴

Na Alemanha, o gabinete do secretário de imprensa tem sofrido mudanças significativas de pessoal. Por exemplo, nenhum dos porta-vozes do chanceler Kohl teve qualquer visibilidade ou importância política. Oficialmente, o secretário de imprensa tem duas principais funções: fala em nome da coligação governamental aos correspondentes nacionais três vezes por semana e é o responsável pelo Serviço Federal de Imprensa. Devido à sua extensão (cerca de 700 funcionários) e à sua natureza burocrática, o serviço não é eficaz na estratégia pro-activa de comunicação. Contudo, o serviço é responsável pela implementação das estratégias decididas por políticos mais poderosos ligados ao gabinete do Chanceler. O “círculo duro” do Chanceler integra um número restrito de conselheiros de comunicação, analistas políticos, escribas de discursos que trabalham no enquadramento político dos assuntos e decidem diariamente as estratégias para os media⁵.

Em Bonn, o equivalente ao "Lobby" é o "Hintergrundkreise" ("Círculos de Background") – clubes de jornalistas que convidam regularmente políticos ou os seus porta vozes. Apesar de o objectivo aparente serem reuniões para troca de informação de “background”, trata-se de uma oportunidade para a gestão estratégica da informação, constituindo esses encontros autênticas plataformas de troca de informação e convívio que permitem definir e enquadrar assuntos destinados a publicação em determinados media noticiosos. Segundo Maltese (1994), os funcionários do governo usam, muitas vezes, estes clubes para lançamento de balões de ensaio destinados a verificar a reacção dos jornalistas.

Nos EUA, segundo Maltese (1994), poucos dias após a entrada dos EUA na 1ª. Grande Guerra, W.Wilson criou o “Committee” de Informação Pública com o objectivo de coordenar toda a informação acerca da Guerra e obter apoio público para a intervenção americana no conflito. Além dessa coordenação, o “Committee” era um poderoso

⁴Campbell, Allastair (2000) Comunicação pessoal

⁵Serrano, Estrela (1999) Relatório de Observação feito para a Presidência Portuguesa da União Europeia (UE) sobre a Cimeira UE-EUA realizada em Bonn.

instrumento de visibilidade da administração. Alimentava numerosos gabinetes e serviços com fluxos de informação sobre a Guerra, tornando o "press release" uma instituição. O "Commité" fornecia igualmente fotografias para fins editoriais, produzia os seus próprios filmes, distribuía artigos e encorajava a criação e distribuição de panfletos de apoio e justificação da intervenção americana, onde eram sublinhadas a ameaça germânica e as virtudes da democracia americana. Uma das invenções do "Commité" foi a criação do "homem 4 minutos" que fornecia discursos de 4 minutos e tópicos para intervenções, e trabalhava em todo o País sob a supervisão de uma autoridade política local. Além da propaganda da Guerra, o "Commité" ajudava a construir a imagem do Presidente como um proeminente líder nacional. Depois da Guerra, o "Commité" desapareceu mas muitas das suas funções foram assimiladas pelo "Office of Communication".

O "White House Office of Communication" foi criado por Nixon em 1969 e depois dele todos os Presidentes se sentiram obrigados a contar com este serviço. As técnicas de comunicação adoptadas por Nixon tornaram-se habituais no dia a dia da administração. Reagan foi o Presidente que utilizou com maior sucesso estas técnicas. O objectivo era curto-circuitar a imprensa, limitando o seu acesso, comunicando directamente com o público. As sondagens ajudavam a formular os temas diários e os esforços eram concentrados em conseguir que certas "estórias" dominassem as notícias. A televisão era o media mais importante para Nixon e para Reagan que organizaram um sistema para controle do tempo ocupado pelos assuntos promovidos pela Casa Branca, com base no qual a Casa Branca mobilizava os seus esforços para impôr as suas "estórias" de uma maneira mais efectiva.

Uma das preocupações do "White House Office of Communication" é trabalhar no sentido de construir a agenda pública e conseguir que todos os serviços estejam sintonizados na promoção dessa agenda. (Maltese 1994:2). São utilizados resultados de sondagens favoráveis ao Presidente e frases extraídas dos seus discursos públicos, enquanto que as suas aparições públicas são coreografadas de modo a que as mensagens sejam reforçadas por imagens atraentes. Os media noticiosos são fornecidos com entrevistas por satélite com funcionários do governo, ao mesmo tempo que memorandos com as posições oficiais do governo e peças de televisão, gráficos e artigos são facultados aos jornalistas. Gravações audio e vídeo são disponibilizadas e organizados

“briefings” para repórteres e editorialistas. O principal objectivo é influenciar, o mais extensamente possível, as notícias que serão publicadas sobre o governo e as suas políticas.

Originalmente, estas técnicas eram associadas às campanhas eleitorais mas Nixon aperfeiçoou-as e levou-as para a Casa Branca. Um seu assessor dizia que Nixon tinha a obsessão de querer dominar as notícias, o que conseguiu até 1972. Sondagens diárias ajudavam a administração Nixon a saber quais eram os assuntos mais sensíveis para o público, o que permitia ao Presidente falar sobre o que o público sentia, isto é, sintonizar o seu discurso com as preocupações do público (Maltese 1994).

Na Casa Branca há uma divisão do trabalho entre o “Press Secretary’s Office” e o “Office of Communication”. O papel do secretário de imprensa é conseguir, com sucesso, colocar o Presidente e as suas mensagens diariamente nos media.

As funções do “Press Office” diferem das do “Office of Communication” na medida em que este deve alimentar os media locais com notícias dos vários departamentos do governo, enquanto aquele se preocupa em “alimentar” os membros do “press corps” de Washington, que frequentam habitualmente a Casa Branca. O “Press Office” preocupa-se, sobretudo, com o dia a dia da informação sobre o Presidente, procurando atender e dar resposta às solicitações dos jornalistas. Enquanto o “Press Office” é sobretudo reactivo, o “Office of Communication” é essencialmente pró-activo. O “Office of Communication” serve para a Casa Branca controlar a agenda de comunicação do Governo.

Apesar de o “Office of Communication” não existir formalmente antes de 1969, as suas funções eram desempenhadas por outros, por exemplo, pelo assessor de imprensa de Eisenhower que se encarregava da coordenação das operações de relações públicas do governo e dos funcionários da informação dos diferentes departamentos. O secretário de imprensa de Kennedy, Pierre Salinger, continuou esta prática através da qual recebia informação útil para as conferências de imprensa de Kennedy. No final da administração Johnson, o “Press Office” mantinha estreitas relações com o “Office of Communication” para recolha de informação oriunda das diversas partes da

administração. Tratava-se de iniciativas pontuais e que funcionavam, sobretudo, em situações de emergência (Maltese 1994; Hess 1984).

Na administração Kennedy, a prática das aparições públicas intensificou-se. Kennedy foi o primeiro Presidente a permitir que as suas conferências de impensas fossem transmitidas em directo para todo o País. A ideia era "informar e impressionar o público melhor que a imprensa" e fornecer "uma comunicação directa com os eleitores que nenhum jornal pudesse alterar por interpretação ou omissão". Kennedy começou também a cultivar laços com a imprensa fora de Washington como meio de ultrapassar o escrutínio do "press corps" da Casa Branca (Maltese 1994:9).

Estas técnicas de visibilidade usadas por Kennedy foram continuadas por Johnson que passou a falar de assuntos importantes de política nacional e internacional fora de Washington onde os jornais lhe davam maior relevo e cobertura.

O Presidente dos EUA usa, cada vez mais, a estratégia de comunicar directamente com o público, apelando directamente aos cidadãos. O seu poder depende da sua capacidade de influenciar a opinião pública, o que levou a que a actividade presidencial nos EUA se tornasse uma interminável campanha (Maltese 1994).

Nos EUA, as técnicas de comunicação directa com o eleitorado não foram usadas durante o século XIX por constituírem um processo de trabalho que ia contra a constituição. Theodore Roosevelt iniciou a prática de encontros regulares com os repórteres (muitas vezes no fim da tarde enquanto se barbeava). Foi Roosevelt o primeiro presidente a disponibilizar uma sala para os repórteres numa ala nova da Casa Branca, dotada de telefones, organizando conferências de imprensa na Sala Oval, e "fugas" para os seus repórteres favoritos. Foi ele quem divulgou o primeiro programa da campanha para a imprensa. "Ele torna o nosso trabalho mais leve", escreveu um repórter em 1904. "Economiza o nosso tempo, sistematiza o nosso trabalho e permite-nos planificá-lo sem incertezas" (Crouse 1974).

A expansão dos media electrónicos alteraram este relacionamento. Os presidentes deixaram de depender tanto dos repórteres para fazerem chegar os seus pontos de vista ao público. Radio e televisão transformaram-se em meios directos de contacto com o público. As conferências de imprensa tornaram-se mais, meios de contacto com o

público, do que com a imprensa, desde que, em 1961, se começou a usar a prática da sua transmissão directa.

Segundo Maltese (1994) à medida que os Presidentes americanos se tornaram mais adeptos da transmissão directa das suas mensagens através da radio e da televisão, colocando fim a intermediações interpretativas dos jornalistas, os repórteres tornaram-se menos interessados nas regras estabelecidas pelos presidentes relativamente ao acesso à informação. Neste processo, os aspectos adversariais da relação entre o Presidente e os media foram enfatizados (Patterson, 1996; Pfetsch, 1998).

Do ponto de vista da Casa Branca, o controle da agenda é uma componente essencial do sucesso político da acção governativa. Maltese (1994) afirma que esse controle pode trazer problemas sérios do ponto de vista da teoria democrática. Nas campanhas eleitorais o estilo sobrepõe-se à substância e temas complicados são transformados em “sound-bites”.

Na administração Reagan, o acesso ao Presidente era muito restrito, o que significa que o secretário de imprensa tinha grande visibilidade. Segundo Katleen Doyle, Assistente do Presidente Clinton, apesar de o Presidente Clinton ser menos relutante em encontrar-se com os jornalistas, o seu secretário de imprensa aparece regularmente na televisão. Os correspondentes vivem praticamente na Casa Branca onde possuem uma sala de imprensa à sua disposição para “briefings”, declarações e notícias de última hora⁶.

Segundo Hess (1984), as funções de assessor de imprensa da administração americana incluem a organização de conferências de imprensa e “briefings”, a preparação e distribuição de comunicados, a preparação do equipamento técnico de que os jornalistas da imprensa escrita e audiovisual necessitam, a organização do alojamento e transporte para os jornalistas que acompanham as entidades oficiais, a emissão de creditações e a preparação de resumos de notícias e transcrição de “briefings”. A maioria destas capacidades, afirma Hess, são de natureza técnico-profissional e podem ser adquiridas através de estudo e prática. Há outras, contudo, que um assessor deve possuir que não dependem de aprendizagem, como por exemplo possuir capacidade para prever as

⁶ Doyle, Katleen (2000) Comunicação pessoal

perguntas que os jornalistas poderão fazer. Por outro lado, um bom assessor é capaz de antever como é que uma “estória” vai ser publicada nos media e que respostas alternativas devem ser preparadas ou quais as consequências de uma não resposta. Hess afirma que, em Washington, fazer este tipo de previsões não se torna difícil porque os assessores e os jornalistas lêem todos os mesmos jornais, sobretudo o New York Times e o Washington Post. É seguro que os assuntos de primeira página destes jornais e de abertura dos telejornais serão objecto de perguntas no “briefing” do dia da Casa Branca. (Hess 1984:34-35)

Em Washington, todos os dias o governo produz uma série de eventos destinados a ser reportados pelos media noticiosos. Os repórteres são alertados através de comunicados, de despachos das agências ou telefonemas. O “staff” do Presidente prepara as condições técnicas e logísticas para os media electrónicos, além de materiais escritos onde se sublinham os temas principais ou resumos das posições oficiais. Muitas vezes, são disponibilizadas transcrições ou gravações vídeo. Os assessores de imprensa procuram tornar esses eventos atractivos e interessantes, usando gráficos e analisando quem deverão ser os oradores. (Hess:1984:49)

Os “briefings” constituem um dos canais de comunicação com os media mais usados pelo Presidente. Além de interessarem aos jornalistas, são úteis também para os assessores, na medida em que se tornam doutrina sobre muitas matérias, uma vez que são transcritos e divulgados. Tornam-se, pois, uma espécie de doutrina oficial da política dos EUA (Hess 1984:61).⁷

⁷ O Departamento de Estado fez circular, em 1982, entre os assessores, um documento onde se definiam “regras para conversação com os jornalistas” ao telefone ou pessoalmente. Nesse documento surgem 4 categorias:

“on the record” – a fonte pode ser citada pelo nome e função (só para discursos e conferências de imprensa);

“background” – considerada a base mais comum das conversas com os jornalistas (a fonte pode descrever factos e políticas de um modo mais completo e de uma maneira mais informal do que se se tratasse da categoria anterior). Em teoria não são feitas citações directas e as informações deverão ser atribuídas a “fontes oficiais”, “fontes da administração”, “fontes diplomáticas”, ou qualquer outra fórmula estabelecida por acordo entre a fonte e o jornalista;

“Deep background” – uma base igualmente comum nas conversas com os jornalistas. Esta regra envolve a obrigação de o jornalista não usar qualquer tipo de atribuição específica naquilo que escreve, devendo o texto ser enquadrado em termos de “é entendido como...” ou “sabe-se que...”. Esta categoria, diz o documento, permite ao assessor uma grande franqueza mas pressupõe que o jornalista assuma uma grande responsabilidade no que escreve, na medida em que não existe uma fonte visível para citar. Por seu turno, a fonte deve assumir também a responsabilidade de não confundir ou enganar o jornalista;

“Off the record” - tecnicamente, diz o documento, significa que o jornalista não pode usar o que lhe foi dito, a não ser para preparar o seu trabalho futuro relativamente à informação que obteve. Segundo o

O dispositivo preparado para os “briefings” do Presidente dos EUA é organizado como um palco de teatro. O arranjo da sala, a colocação dos microfones, os estrados para as câmaras de televisão, as regras do jogo quanto a perguntas e respostas, a duração, o circuito interno de televisão para permitir que o “briefing” possa ser visto em várias salas, tudo é pensado para tornar o briefing uma espécie de peça teatral (Hess 1984:65-66). A princípio, as câmaras filmavam, no final do “briefing”, uma pequena declaração especialmente para a televisão, mas agora transmitem em directo. Os “briefings” na Casa Branca assemelham-se a reuniões familiares, na medida em que os jornalistas estabelecem relações muito cordiais e fraternais com o “staff”. Muitas vezes, há interrupções, risos, etc., tudo muito descontraído (Hess 1984; Crouse 1972).

Hess afirma que os “briefings” são uma maneira de o “Press Office” controlar os repórteres. Na Casa Branca, os repórteres absorvem imenso tempo aos assessores. Os repórteres frequentam intensamente os “briefings”. Segundo Hess, em Maio de 1982 havia cerca de 20 repórteres nos “briefings” da manhã e entre 50 a 60 nos da tarde. (Hess 1984:73).

Outra das tarefas importantes dos assessores da Casa Branca é a organização das viagens do Presidente dos Estados Unidos, as quais são objecto de cuidada preparação por parte do “Press Office” da Casa Branca. As viagens do Presidente dos EUA são acompanhadas por um grande número de jornalistas.

São numerosos os testemunhos de jornalistas sobre as viagens do Presidente:

*"Na profissão de jornalista somos prisioneiros das pessoas e das coisas que cobrimos: Quando o Presidente vai a Omaha, nós vamos a Omaha. Quando o senador diz qualquer coisa, nós escrevemos sobre isso. Por outro lado, se ninguém da imprensa vai, o presidente ou o senador podem decidir que não vale a pena fazer a viagem sem cobertura"*⁸(Reeves, 1997)

Timothy Crouse (1972) fala do “tédio” e da “futilidade” que atacava o “press corps” durante a campanha presidencial de Nixon:

documento, nada de substantivo deve ser discutido “off record”, pela simples razão de que nada de substantivo deve ser escondido do público (Hess 1984)

⁸ Reeves, Richard, (1997) "The Brave New World of Media Politics in (1997) Shanton Iyengar e Richard Reeves editors *Do The Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*, Sage Publications, Inc.

Ali estavam cegos de fadiga mas havia sinais de vida. Os correspondentes da Casa Branca sabiam que nada de inesperado aconteceria. O mundo mais frequentemente surgido nas suas “pools” era um não “acontecimento”. Mas eles estavam demasiado resignados ao tédio para lutarem contra isso. Durante aquele outono, o único acto de protesto e de desafio veio das tropas de choque, mas foram os repórteres de fora da Casa Branca que cobriram Nixon naquele curto momento” (Crouse, 1972:261).

Crouse refere que o Presidente Lyndon Johnson costumava convidar alguns jornalistas com as mulheres para jantares de Estado, o que dava a esses jornalistas uma grande emoção ao verem os seus nomes impressos na lista oficial de convites e na lista da sociedade do NYTimes no dia seguinte. Johnson sabia que esse pequeno gesto levaria a uma atitude de boa vontade por parte da imprensa em relação a si (Crouse: 1972: 262).

Crouse descreve o ambiente na sala de imprensa onde os repórteres viam e comentavam em comum as imagens que surgiam no circuito interno de televisão. Cita as anedotas e as graças que surgiam a propósito das imagens, apenas murmuradas quando o assessor de Nixon surgia entre as filas de cadeiras, e refere o ambiente de desencanto de quem não tem notícias para dar. Crouse afirma que, se escrevesse o que a própria postura de Nixon lhe inspirava, não seria publicável (Crouse: 1972:266).

Nos EUA, os jornalistas acompanham as viagens do Presidente em avião fretado pelos órgãos de comunicação social. O Presidente é acompanhado por um número variável de assistentes de imprensa que ocupam a parte da frente do avião onde preparam textos (resumos e excertos dos discursos principais) que são entregues aos repórteres a bordo, antes da chegada. Os jornalistas trocam ideias sobre os textos que recebem e discutem o significado de determinadas frases dos discursos, partilhando de uma maneira cúmplice certas interpretações (Crouse: 1972: 269).

Os discursos são preparados a pensar nos "leads" e nos títulos. Crouse refere que os discursos de Nixon provavam que os seus assessores conheciam as regras da escrita jornalística e os “timings” de difusão, de modo a que os ataques fossem feitos a tempo de o contra ataque do rival não chegar a horas dos jornais do dia seguinte, onde o ataque surgiria na 1ª. página (Crouse 1972:269).

O crítico dos media Mark Crispin Miller, escreveu que "a imagem dos homens poderosos é uma ficção corporativa resultante do trabalho cuidadoso de funcionários e "yes-man", repetidamente reproduzido pela indústria de televisão para distribuição diária às massas".⁹

A organização da cobertura mediática das viagens do Presidente dos EUA, por ocasião de Cimeiras com países da União Europeia, é semelhante à descrita por Crouse (1972). Por ocasião da realização da Cimeira entre os Estados Unidos e a União Europeia, em Bonn, em 1999 e em Lisboa em Maio de 2000, quando Portugal presidia à União Europeia, o Presidente Clinton fez-se acompanhar por um grupo de mais de uma centena de jornalistas (110 em Lisboa) que integram o "press corps" da Casa Branca. Na cimeira de Lisboa, o "staff" de imprensa do Presidente incluía 32 pessoas, entre as quais o porta-voz, além de um grupo de agentes de segurança especialmente destacados para acompanharem os membros do "press corps". O "staff" presidencial colaborou na organização do local da conferência de imprensa do Presidente e dos líderes da UE. Os lugares centrais da plateia foram reservados com folhas brancas (onde se lia "White House Press") para os jornalistas americanos e colocadas cadeiras, lateralmente, para o membros da administração americana que acompanharam o Presidente. A ordem das perguntas durante a conferência de imprensa foi negociada com a organização portuguesa, tendo cabido aos jornalistas americanos a primeira pergunta na Cimeira de Lisboa. O Presidente Clinton respondia, tratando o jornalista que lhe dirigiu a pergunta pelo nome próprio.

A preparação do cenário da conferência de imprensa, e de todos os momentos com cobertura mediática, começou um mês antes da data da cimeira (30 de Maio de 2000). A Casa Branca enviou a Lisboa uma missão preparatória que incluía representantes de vários sectores relacionados com a deslocação do Presidente como protocolo, segurança, alojamento, comunicações e também uma responsável pela imprensa. Essa missão preparatória efectuou visitas exaustivas ao local da cimeira (Palácio de Queluz), discutindo todos os pormenores relativos a salas, organização de mesas de reuniões e de refeições, entradas exteriores, trajectos interiores. No que respeita à cobertura mediática, foram escolhidos os momentos e os locais onde o Presidente Clinton e os líderes da EU

⁹ citado in Solomon, Norman, "Five Years into the Clinton Presidency" ([www. yahoo.com](http://www.yahoo.com)) Solomon,

posariam para as televisões e fotógrafos. Uma semana antes da cimeira chegou a Lisboa a "missão avançada" americana, esta com um número superior de membros do "Press Office", cada um com funções bem definidas. Os locais para a conferência de imprensa e para a fotografia oficial, bem como o trajecto dos líderes (passeio no jardim) foram objecto de visitas diárias durante os dias que antecederam a cimeira, durante as quais o "staff" americano mediu cuidadosamente distâncias entre os locais previstos para instalação das câmaras de televisão e o Presidente, estudou a posição do sol, a altura dos estrados, os níveis de som e outros detalhes técnicos, com ensaios demorados em todos os locais susceptíveis de serem utilizados. O circuito efectuado pelos líderes frente às câmaras de televisão e aos fotógrafos foi desenhado e marcados os locais onde o Presidente deveria parar e acenar aos repórteres de imagem para que tudo parecesse natural.¹⁰

A preocupação com a logística do "press corps" é imensa por parte do "staff" da Casa Branca. Na Cimeira de Lisboa foi montada uma sala de imprensa no hotel onde o "press corps" ficou instalado e reservados autocarros para os transportar aos locais onde o Presidente se deslocou. Contudo, apenas uma "pool" de quinze jornalistas acompanhou o Presidente a todos os locais na sua deslocação a Portugal. Os restantes seguiam os relatos da "pool" e assistiam aos "briefings" feitos pelo porta-voz e por outros membros da delegação americana que, para isso, se deslocavam ao hotel dos jornalistas.

A "pool" de jornalistas americanos que se deslocou a Queluz instalou-se numa sala improvisada num contentor solicitado à parte portuguesa pelo "staff" da Casa Branca que preferiu manter os "seus" jornalistas separados dos restantes jornalistas portugueses e estrangeiros que cobriam a cimeira. Ligados a esse contentor existiam dois carros de transmissões vindos dos EUA. Os jornalistas do "press corps" apenas se juntaram aos outros na altura da conferência de imprensa e no almoço, no restaurante contíguo, para que foram convidados pela parte portuguesa.

O "staff" de imprensa da Casa Branca trabalha 24 horas por dia durante as deslocações do Presidente. Todas as suas declarações são transcritas e imediatamente inseridas na página da Casa Branca na Internet, o mesmo acontecendo com os "briefings" dos diversos membros do seu "staff".

O programa do Presidente é, primeiramente, condicionado pelas preocupações com a sua segurança. Logo a seguir, vêm as preocupações com a imagem e só secundariamente surgem os aspectos protocolares, o que constitui uma lógica inversa à da maioria dos líderes europeus, à exceção do Primeiro Ministro de Espanha, em que as preocupações de segurança suplantam todas as outras. O Presidente francês Jacques Chirac, o Primeiro Ministro britânico, Tony Blair e o Primeiro Ministro português, António Guterres são guiados, nas cimeiras da União Europeia, por uma lógica, em primeiro lugar mediática e só depois protocolar e de segurança. Os assessores de imprensa e porta-vozes de qualquer destes líderes têm um papel preponderante na determinação do programa e dos locais dos eventos em que participam.¹¹

Dante Chinni,¹² jornalista free-lancer, referindo-se à visita do Presidente Clinton a África, realizada em 1998, considera que há muitas razões para os jornalistas cobrirem esses 11 dias de viagem do Presidente:

"É a maior viagem do seu mandato e constitui uma oportunidade para chamar a atenção para um continente onde o progresso económico é lento".

Contudo, como escreveu o citado jornalista, "apesar destas vantagens existe um grande constrangimento que é o custo da deslocação".

Segundo Chinni, um editor de um jornal de Washington estimou em cerca de 26 mil dólares o custo por correspondente, o que ele considera altíssimo para muitas organizações noticiosas. "Cerca de 220 jornalistas acompanharam o Presidente nesta viagem. É menos do que se esperava e esse número é inferior aos 260 que acompanharam o Presidente Reagan na sua viagem a Helsinkia, Moscovo e Londres em 1988", escreve Chinni. Segundo o testemunho deste jornalista, a viagem de Clinton a África é um exemplo de como os altos custos de viagens estão a dificultar a cobertura das viagens do Presidente ao estrangeiro.

"Alguns dos "estragos" notam-se no facto de jornais como o Baltimore Sun, Chicago Sun-Times, Jornais da Cox, Serviços de Notícias Scripps Howard e jornais McClatchy que enviaram pelo menos um jornalista com o Presidente Reagan em 1988 não terem enviado ninguém com Clinton. "Achei que não valia a pena", disse Leo Rennert, correspondente da

¹¹ Idem

¹² Chinni, Dante, (1998) "Pushed off The Press Plane", in *Columbia Journalism Review*, May/June

McClatchy. "Temos que ser mais criteriosos com o nosso orçamento de viagens", disse este responsável". (Chinni, 1998)

Uma das razões para o aumento dos custos é o facto de o avião fretado para a imprensa que acompanha o “Air Force One” ficar parado muito tempo durante as viagens presidenciais. Esses custos recaem sobre o preço do fretamento que é pago pela imprensa. "Nenhuma companhia aérea considera que o prestígio de acompanhar o Presidente compensa os prejuízos", afirma George D. Condon Jr do “Copley News Service”.

Outra das razões para o aumento dos custos é a percepção da falta de interesse dos leitores por política externa. Na medida em que os aviões são fretados, o número de jornalistas que viajam afecta, directamente, o preço que cada um tem de pagar. Cria-se, assim, um círculo vicioso: menos repórteres significa maiores custos, forçando mais jornalistas a ficar de fora, o que, por seu turno, aumenta os custos e assim por diante.

Outra razão, segundo Marlin Fitzwater¹³ o secretário de imprensa de Bush e Reagan, reside no facto de, no passado, as equipas de televisão incluírem operadores que viajavam nos mesmos voos. À medida que os orçamentos diminuíram, afirma Fitzwater, os canais começam a enviar apenas o jornalista, contratando uma equipa técnica no local.

O resultado disto é, sobretudo no que se refere à imprensa escrita, que a cobertura das viagens presidenciais fica nas mãos dos correspondentes locais ou de “free-lancers”. Alguns editores consideram que estes podem falhar algumas “nuances” sobre o Presidente, embora possam ser muito bons no conhecimento do ambiente local. "Eles podem falhar as entrelinhas", diz Carl Leubsdor (citado por Chinni 1998), editor chefe do “Dallas Morning News” em Washington, acrescentando que os correspondentes locais e os “free-lancers” “não conhecem o “staff” da Casa Branca”, o que pode tornar difícil obter respostas a questões colocadas e explicações sobre o contexto (Chinni, 1998).

¹³ citado por Chinni, Dante, (1998) "Pushed off The Press Plane", in *Columbia Journalism Review*, May/June

Contudo, os media noticiosos que não acompanham as viagens presidenciais correm um risco mais sério do que falharem uma ou duas ""estórias"": trata-se da marginalização. Leubsdorf afirma que, em Washington (onde pertencer aos círculos da política é fundamental para ganhar a confiança de fontes importantes), não viajar com o Presidente é conotado com um estatuto de segunda classe, tornando difícil conseguir informação.

1. 2. O aparelho de Comunicação do Presidente da República em Portugal

1. 2. 1. Origens, composição e funções

Em Portugal, as transformações políticas operadas com o 25 de Abril trouxeram consigo a liberdade de imprensa e uma nova atitude perante os media. Surgiram novas fontes de informação legitimadas pela opinião pública e pelos media. Partidos políticos, sindicatos, movimentos sociais de toda a espécie, rapidamente se aperceberam da importância da comunicação e depressa se tornaram verdadeiros produtores de notícias. Demorou, contudo, algum tempo até que se organizassem, de uma forma estável e estruturada, para esse novo desafio.

Antes do 25 de Abril, o poder político não necessitava de porta-vozes nem de assessores de imprensa ou de Gabinetes de Comunicação. Existia o Secretariado Nacional de Informação - SNI - e o "lápiz azul da censura", ambos filtros fortes e poderosos que impunham o que devia e podia, ou não, ser dito e publicado. As instituições que apoiavam o regime eram as únicas fontes de informação legitimadas, embora existissem outras que, dificilmente, chegavam aos destinatários.

Referindo-se ao papel da televisão durante o salazarismo, Mesquita (2000-406), afirma que existe em Portugal “uma rica experiência de televisão cerimonial” (...). A televisão (...) difundia os grandes rituais de hossana ao regime”. Mesquita cita, de entre esses rituais, “as grandes manifestações do Terreiro do Paço no início da década de 60 que prepararam a opinião pública para o apoio à política colonial”, enquanto a inauguração da ponte sobre o Tejo representou, em sua opinião, “um hossana às obras públicas de Salazar”.

Após a queda do regime de Salazar e Caetano foram necessários alguns anos até que o novo poder se organizasse para corresponder a uma sociedade diferente, marcada pelo desenvolvimento tecnológico dos media. Como escreve Paquete de Oliveira,¹⁴

“No pós-25 de Abril e coincidindo com a implementação da nova democracia e do

¹⁴ Oliveira, Paquete de, in Seminário Internacional “Media, Jornalismo e Democracia”, Fundação Calouste Gulbenkian 15 de Março de 2000

Estado de Direito, podemos considerar três fases significativas: a da libertação do fascismo, com a queda da censura e a conquista da liberdade de expressão e de livre opinião, por efeito da revolução de Abril de 1974; a da estatização, com a nacionalização dos principais jornais e canais de rádio, por efeitos derivados do Decreto-Lei n.º 132-A/75, de 14 de Março; e a da liberalização ou da (des)regulamentação, com a longa gestação do pacote legislativo que abriu caminho para a libertação do sector da comunicação social do domínio estatal, desde 1979 até 1990.”

Não existem, em Portugal, dados sobre a génese dos gabinetes de comunicação ou de outras estruturas similares. Os trabalhos que existem incidem sobre imprensa empresarial. João Moreira dos Santos (1995:29) num inquérito a 240 empresas realizado em 1994 apurou que 134 eram editoras de publicações empresariais. Relativamente aos recursos humanos envolvidos nas publicações empresariais, o autor verificou que 93% acumula essas funções com outras responsabilidades profissionais, desde contabilistas a trabalhadores do sector informático, não tendo, pois, encontrado estruturas de comunicação formalmente organizadas. As publicações analisadas no citado trabalho são dirigidas aos seus públicos internos, como mostram os objectivos enunciados:

“Divulgar a actividade e construir a imagem da empresa editora (...) motivar e aproximar os funcionários; criar e reforçar o espírito de grupo; melhorar a comunicação na empresa” (Moreira dos Santos, 1995:139)

Como refere o autor, “os periódicos empresariais evidenciam objectivos de natureza interna, mais do que de natureza externa”.

Foi, contudo, a privatização de jornais, o aparecimento de novos títulos¹⁵, a legalização das radios locais em 1989 e a abertura do sector televisivo à iniciativa privada, em 1992, que, em Portugal, levou instituições políticas, económicas e outras, a sentir a necessidade de incluir a comunicação nas suas estratégias, criando Gabinetes de Relações Públicas e de Imprensa. Paquete de Oliveira, considera que

“no período coincidente ao pós-integração europeia, a comunicação social portuguesa verificou grandes transformações, e melhorou significativamente a qualidade do seu «produto». Essas transformações, expressas num aumento de condições objectivas de qualidade, ficam a dever-se a mudanças complexivas no sistema global dos mass

¹⁵ Anexo 2

media, extensivas a todos os subsistemas que o constituem, quer na estrutura organizativo-empresarial produtora de informação mediática, quer na composição dos agentes produtores da informação, os jornalistas, quer ainda na «fabricação» do produto/informação, na tecnicidade e estilo do discurso, na forma do grafismo, da imagem, do som, e na própria interacção dos mass media com os seus públicos/audiência” (2000:6).

Um estudo da autoria de Viegas Soares e Costa Pereira¹⁶ procura “conhecer a realidade comunicacional nas grandes Empresas Portuguesas”, concluindo que a partir de 1998 aumentam os meios de comunicação nas empresas: a Revista sobe de 28% para 42,4%; o Jornal de 30% para 42,4%; o Jornal de Parede de 10% para 15,2%. Segundo o referido estudo, em 1994, cerca de 15% das empresas inquiridas diziam não ter qualquer meio de comunicação, enquanto em 1998 apenas 3% respondem do mesmo modo.

A existência ou não de imprensa empresarial é o elemento utilizado nos trabalhos de Moreira dos Santos (1995), de Viegas Soares e Costa Pereira (1999:20) para aferirem “o interesse do mundo empresarial português pela comunicação”. Segundo estes últimos, o interesse é maior nas empresas públicas (87% em 1994 e 100% em 1999) do que nas privadas (70% em 1994 e 93% em 1999) (1999:17).

Viegas Soares e Costa Pereira apuraram que o número de empresas onde existe um “responsável pela comunicação” aumentou de 72% em 1994 para 89,1% em 1999, o que os leva a concluir que a Comunicação se vai “tornando uma função cada vez mais importante e especializada, donde a necessidade de a sua responsabilidade ser entregue a alguém, ainda que muitas vezes esse alguém desempenhe outras funções” (1999:17).

Estes dados não permitem historiar o processo de constituição de gabinetes de imprensa ou assessorias de comunicação em Portugal. Além disso, referem-se apenas a empresas. Não existem, pois, dados que permitam conhecer a situação na administração pública – governo e Presidência da República. Os Gabinetes de Imprensa são, no entanto, hoje um dado adquirido, com presença em todas as importantes estruturas empresariais e na administração pública.

¹⁶ Soares, José Viegas e Costa Pereira (1999), “A Comunicação nas Grandes Empresas Portuguesas”, *Comunicação Empresarial*, Maio/Agosto, 1999; Setembro/Dezembro, 1999

Na administração pública, especialmente no governo, coexistem dois tipos de estruturas de comunicação: os gabinetes de relações públicas ou de comunicação, constituídos por funcionários sujeitos às regras gerais de contratação e os gabinetes ministeriais, compostos por assessores, adjuntos e consultores, que trabalham directamente para o titular da pasta, entre os quais se contam os assessores de imprensa e os porta-vozes. São colaboradores contratados à margem do quadro do funcionalismo público ou funcionários requisitados a outros departamentos da administração pública, da confiança pessoal do primeiro ministro ou dos ministros.

As competências dos gabinetes de relações públicas são definidas na legislação interna do respectivo ministério, enquanto as funções dos assessores e porta-vozes são informais e dependem do entendimento pessoal do titular da pasta e do consenso estabelecido entre os membros do gabinete¹⁷.

Relativamente à Presidência da República, logo após a revolução de 25 de Abril, o Decreto-Lei nº. 219/74 criou o Gabinete Civil e o Gabinete Militar na Presidência da República", constituídos por um chefe e quatro adjuntos da livre escolha do Presidente da República" com o objectivo explícito de "criar uma organização que se ajuste às conveniências do tempo presente".¹⁸

O decreto não especifica quais as "conveniências" a que se refere, limitando-se a definir questões administrativas e financeiras. Em Agosto de 1976, estando já em funções o Presidente Ramalho Eanes, "os serviços de apoio ao Presidente da República" foram reajustados em nome das "novas exigências que lhe são cometidas pela Constituição da República Portuguesa".¹⁹ É criada a Casa Civil para "apoio técnico e instrumental ao Presidente da República", constituída por um Chefe da Casa Civil e oito assessores. O mesmo decreto cria, também, no âmbito da Casa Civil, "um corpo de consultores, constituído por um grupo de especialistas de diversas matérias e de reconhecida competência, da livre escolha do Presidente da República." O decreto limita-se, uma vez mais, a questões de natureza administrativa.

¹⁷ Serrano, Estrela (2000) Arquivo pessoal

¹⁸ Decreto-Lei nº. 219/74 de 27 de Maio de 1974

¹⁹ Decreto-Lei nº. 675/76 de 31 de Agosto de 1976

O Decreto-Lei n.º 7/96 regula, por seu turno, "as estruturas e os serviços integrantes da Presidência da República, que têm por função prestar o apoio técnico, pessoal e de gestão patrimonial, administrativa e financeira ao Presidente da República". Este decreto confere à Presidência da República autonomia administrativa, financeira e patrimonial, o que representa um progresso relativamente a anterior legislação.

A legislação não define o tipo e o número de assessorias da Casa Civil, mas apenas o número máximo de assessores. Assim, o Decreto-lei n.º 675/76, art.º 2, de 31 de Agosto indica o número de oito assessores. O Decreto-lei n.º 28-A/96, art.º 3.º, de 4 de Abril aumenta esse número para doze. A legislação é omissa quanto ao número de consultores.

Quadro 3
Casa Civil do Presidente da República

	Ramalho Eanes	Mário Soares	Jorge Sampaio
Assessores	8	8	12
Assessorias	7	7	9

Decreto-lei n.º 675/76, art.º 2, de 31 de Agosto e Decreto-lei n.º 28-A/96, art.º 3.º, de 4 de Abril.

A Casa Civil organiza-se" em função de um conjunto de áreas especificadas de apoio à actividade do Presidente da República". A legislação não define o número de assessorias de que o Presidente pode dispôr.

São quatro as Assessorias que integraram a Casa Civil de Ramalho Eanes, Mário Soares e Jorge Sampaio:

Assessoria para os Assuntos Políticos e Parlamentares;

Assessoria para as Relações Internacionais;

Assessoria para os Assuntos Jurídicos;

Assessoria para a Comunicação Social

Além destas, que se mantiveram com os três Presidentes, Ramalho Eanes criou a Assessoria dos Assuntos Sociais e a Assessoria de Representação de Interesses, tendo esta última desaparecido nos mandatos dos seus sucessores. A Assessoria dos Assuntos Sociais foi transformada, nos mandatos de Mário Soares, em Assessoria para os Assuntos Económicos e Sociais.

Mário Soares criou ainda duas novas assessorias: a Assessoria para os Assuntos Culturais e a Assessoria para os Assuntos Regionais e Locais.

Sampaio manteve as assessorias dos mandatos de Soares e criou duas novas: a Assessoria para a Ciência, Educação e Cultura e a Assessoria para os Assuntos do Ambiente, pelouros que não se encontravam autonomizados durante os mandatos de Mário Soares, sendo essas funções exercidas, respectivamente, no âmbito dos assuntos culturais e regionais e locais.

A Assessoria para a Comunicação Social, integra, pois, desde 1976, a Casa Civil do Presidente da República.

Não obstante o Decreto-lei nº. 675/76 e o Decreto-lei nº. 28-A/96 definirem o número máximo de assessores da Casa Civil, a sua distribuição pelas diferentes assessorias é da responsabilidade do Presidente. A Casa Civil dispõe ainda de um conjunto de consultores de livre escolha do Presidente, de entre especialistas de diversas áreas, adstritos às diferentes assessorias.

1. 2. 2. A Assessoria para a Comunicação Social

A Assessoria para a Comunicação Social é, teoricamente, o aparelho comunicacional da Presidência da República. Integra um assessor e um número variável de consultores.

O conhecimento da organização e funcionamento desse aparelho, torna-se essencial para compreender a estratégia de comunicação do Presidente da República e, particularmente, para o objecto deste trabalho.

Durante os mandatos de Ramalho Eanes, a Casa Civil (que inclui a Assessoria para a Comunicação Social) situava-se em zona fora do edifício onde se encontra o Gabinete do Presidente. Segundo Eduardo Fidalgo, jornalista e ex-consultor de Eanes, essa circunstância deve-se ao facto de a Casa Militar ocupar as instalações mais próximas do Gabinete do Presidente, relacionando-se essa circunstância com a conjuntura política da altura. Com Mário Soares, a Casa Civil foi transferida para o 2º. andar do edifício principal do Palácio, onde se mantém com Jorge Sampaio.

Mário Soares foi o Presidente com menor número de pessoas na Assessoria para a Comunicação Social, tendo sido o único a diminuir o seu pessoal no segundo mandato. Soares iniciou o seu mandato com 4 elementos na Assessoria para a Comunicação

Social (um assessor e três consultores), tendo este número diminuído para três ainda durante o primeiro mandato. Soares manteve, nos dois mandatos, as mesmas pessoas nessa Assessoria, à exceção do elemento que saiu no primeiro mandato, não sendo substituído.

Eanes substituiu várias vezes o pessoal da Assessoria. No primeiro mandato teve um assessor e cinco consultores e no segundo mandato manteve o mesmo número mas substituiu todos os elementos à exceção de um.

Sampaio iniciou o seu primeiro mandato com um assessor e dois consultores, tendo esse número aumentado para quatro, dois anos antes do final do primeiro mandato. (Quadro 4).

Quadro 4
Composição da Assessoria para a Comunicação Social

Presidentes	1º. Mandato nº. Assessores e Consultores	2º. Mandato nº. Assessores e Consultores
Ramalho Eanes	6	6
Mário Soares	4	3
Jorge Sampaio*	4	-

Fonte: Centro de Documentação da Presidência da República

*até Março de 2000

A escolha dos assessores e consultores é da responsabilidade exclusiva do Presidente. Trata-se de pessoas contratadas fora do quadro de pessoal da Presidência da República, podendo ser requisitadas na função pública ou em empresas públicas. Não existe um perfil definido para a função de assessor de imprensa. Os Presidentes Eanes, Soares e Sampaio escolheram para seus assessores e consultores de imprensa, jornalistas da rádio, televisão e imprensa. Eanes e Soares incluíram na Assessoria para a Comunicação Social consultores sem formação jornalística.

Quadro 5
Perfil dos Assessores de Imprensa

Presidente	1º. Mandato				2º. Mandato			
	radio	tv	imp.	outro	radio	tv	imp.	outro
Ramalho Eanes	-	1	3	2	1	2	1	2
Mário Soares	1	1	1	1	1	1	-	1
Jorge Sampaio	2	1	1	-				

Fonte: Centro de Documentação da Presidência da República

As funções da Assessoria para a Comunicação Social não se encontram formalizadas em documentos que possam ser considerados como doutrina oficial. Existem, contudo, documentos informais onde se expõem princípios orientadores.²⁰

A jornalista Maria João Rocha, com experiência na cobertura de assuntos da Presidência da República, descreve as suas expectativas em relação aos assessores:

*"O que eu espero de um assessor é que seja fidedigno, credível e que facilite o acesso à informação, mesmo que não a possa fornecer. O assessor deve alertar o jornalista para a agenda e tem um trabalho político de background a fazer"*²¹.

Segundo Maria João Rocha (1999) "um bom assessor de imprensa deve ser discreto, evitando exprimir em público opiniões pessoais, não assumindo qualquer espécie de protagonismo, se possível passando despercebido, para deixar que os eventuais êxitos do seu trabalho pertençam, por inteiro, à pessoa ou instituição para a qual trabalha e, pelo contrário, dando a cara e assumindo sozinho os erros ou percalços que surjam".

²⁰ Num documento da Assessoria para a Comunicação Social de Mário Soares são enunciadas as principais linhas de actuação da Assessoria:

- "Acompanhamento da agenda diária do Presidente
- Recolha de informação oriunda das diversas assessorias susceptível de utilização em "briefings" e conversas informais com jornalistas nacionais e internacionais,
- Levantamento sistemático de todas as declarações e entrevistas surgidas nos media nacionais e internacionais sobre o Presidente (incluindo as principais estações de radio e televisões nacionais).
- Realização de contactos regulares com adidos de imprensa das embaixadas em Lisboa, no sentido de obter informação sobre a imagem do Presidente e fornecer informação sobre os temas de política interna e posições do Presidente sobre temas internacionais.
- Organização de entrevistas e reportagens solicitadas por jornalistas nacionais e estrangeiros.
- Produção e divulgação de notas e comunicados à imprensa
- Produção de resenhas de imprensa.
- Preparação e acompanhamento das deslocações do Presidente no País e no estrangeiro
- Organização de facilidades logísticas e técnicas para a cobertura de imprensa". (Serrano, Estrela, (1986-1996) Arquivo pessoal

²¹ Rocha, Maria João (1999) Comunicação pessoal, Setembro

Os assessores e consultores de imprensa acompanham a agenda do Presidente dentro e fora da Presidência da República, atendem os jornalistas pessoalmente ou através do telefone, preparam pareceres sobre assuntos que lhes são colocados, geralmente pedidos de entrevistas ou declarações a órgãos de comunicação social, tópicos para discursos e entrevistas, acompanham a recolha de imagens durante as audiências que o Presidente concede, distribuem os discursos e informam o Presidente sobre notícias ou ocorrências de última hora. Segundo testemunhos de membros das assessorias dos três presidentes, o acesso ao PR por parte dos assessores e consultores para a comunicação social era fácil.

As funções da Assessoria para a Comunicação Social não variaram muito desde 1976. Durante os mandatos do três Presidentes, a Assessoria manteve como sua principal tarefa o acompanhamento da agenda do Presidente. Daí que a análise da agenda presidencial constitua um dado importante para avaliar a estratégia de comunicação do Presidente da República.

Durante os mandatos de Ramalho Eanes não era visível a existência de uma estratégia de comunicação do Presidente, formalmente concebida e executada, embora houvesse reuniões do seu staff e deste com o Presidente. Aí se discutiam os temas políticos da actualidade. O Presidente ouvia as opiniões, reservando o seu pensamento.

Com Soares a estratégia de comunicação era, fundamentalmente, concebida entre o Presidente e o porta-voz, embora o Presidente usasse a prática de encontros regulares com um círculo restrito de assessores, no qual se incluíam assessores da área política, cultural e comunicação social. Esses encontros realizavam-se, geralmente, uma vez por semana e incluíam almoço.

A Assessoria para a Comunicação Social trabalha em estreita colaboração com o Serviço de Comunicações da Presidência, desde o tempo de Ramalho Eanes. Aí são gravados sistematicamente todos os noticiários de televisão, programas de informação, noticiários de rádio e outros considerados importantes. Esses programas são armazenados durante um prazo determinado. As notícias que abrangem o Presidente são copiadas e arquivadas, enquanto os alinhamentos dos noticiários televisivos são

passados a escrito e arquivados desde os mandatos de Mário Soares. Esta prática permite analisar a presença e a imagem do Presidente, do Governo e dos partidos nos noticiários televisivos e é particularmente útil quando o Presidente e os assessores se encontram no estrangeiro.

Soares visionava muitas vezes gravações de noticiários e programas de informação televisivos, quase sempre na companhia do porta voz e de um, ou mais, membros da Assessoria para a Comunicação Social.

O orçamento da Presidência da República consta do orçamento geral do Estado, sendo aprovado pela Assembleia da República. A partir de 1988 (1º. mandato de Mário Soares) o Chefe da Casa Civil do Presidente da República passa a dispôr de competência própria para a coordenação administrativa e financeira dos serviços de apoio da Presidência.

Relativamente aos recursos financeiros, a Assessoria para a Comunicação Social não possui um orçamento próprio. Esta situação é comum aos três presidentes. Não existe uma contabilidade analítica, não sendo possível conhecer o montante das despesas com comunicação, nem analisar a sua evolução nos mandatos dos três Presidentes.

As deslocações e actividades do Presidente no País são inteiramente suportadas pelo orçamento da Presidência, o mesmo não acontecendo relativamente às deslocações oficiais do Presidente ao estrangeiro que são suportadas pelo orçamento do Ministério dos Negócios Estrangeiros.

1. 2. 3. A sala de Imprensa

A sala de imprensa constitui uma extensão da Assessoria para a Comunicação Social. Como acontece com outras instituições, a sala de imprensa da Presidência da República é um lugar de convívio informal entre jornalistas e assessores. As salas de imprensa são lugares importantes para as fontes, onde existe um sentimento prevalecente de que o que se diz possui um carácter "off the record".

Segundo Ericson e al (1989:177), as fontes afirmam que usam a sala de imprensa para alimentarem as suas relações de credibilidade com os jornalistas, perceber como eles trabalham e trocar ideias, de modo a influenciar a maneira como eles vêem e enquadram

os acontecimentos As salas de imprensa são “regiões” (Ericson et al 1989) onde é divulgada informação e onde as fontes fazem “briefings” aos jornalistas antes ou depois de reuniões de trabalho.

Em Portugal, os jornalistas não possuem uma “cultura de sala de imprensa” com a excepção da Assembleia da República onde existe uma sala de redacção permanente com espaço de trabalho para jornalistas que ali permanecem durante o funcionamento da legislatura.

No tempo de Ramalho Eanes não existia uma sala de imprensa. Os assessores e consultores da Assessoria para a Comunicação Social facultavam, casuísticamente, telefones aos jornalistas que se deslocassem à Presidência²². Com Mário Soares, foi organizada, junto à entrada principal do Palácio, uma pequena sala de imprensa dotada de telefones e televisor, para um máximo de 10 jornalistas, que se mantém até hoje. A situação da sala permite aos jornalistas verem quem entra no Palácio. Os jornalistas podem circular entre a sala e o átrio e dirigir-se às pessoas que visitam o Presidente. Não podem, contudo, deslocar-se no interior do Palácio sem serem acompanhados. As audiências ou as visitas que o Presidente pretende manter fora do conhecimento dos media noticiosos não são anunciadas e, muitas vezes, o acesso é feito por uma entrada destinada aos funcionários do Palácio.

Não há presença permanente de repórteres na sala de imprensa. Apenas a Agência nacional mantém um repórter, quase diariamente, na sala de imprensa. Os assessores de imprensa também não permanecem na sala, apenas se deslocando ali quando se verifica a presença de jornalistas. À entrada do Palácio, os jornalistas são solicitados a identificarem-se, sendo os assessores avisados da sua chegada.

A criação da sala de imprensa e a sua situação num lugar nobre do palácio constituíram uma maneira simbólica de Soares afirmar um novo modelo de Presidência, aberta aos media e, portanto, ao País.

²² Fidalgo, Eduardo, (2000) Comunicação pessoal

1. 2. 4. A Agenda do Presidente

Como atrás se afirma, o dia a dia da Assessoria para a Comunicação Social é dominado pelas actividades constantes da agenda do Presidente. Daí que a análise da agenda constitua um elemento essencial para o estudo da estratégia de comunicação do Presidente da República. A agenda constitui, aliás, o único registo oficial das actividades presidenciais, sendo, por conseguinte, uma fonte essencial para o conhecimento da evolução do aparelho de comunicação e da gestão da informação da Presidência da República.

A agenda diária do Presidente consta de uma "nota à imprensa" elaborada pela Assessoria para a Comunicação Social e distribuída a todos os media noticiosos. A nota à imprensa limita-se a anunciar a agenda do Presidente, indicando o horário, o local e o evento em que o Presidente participa.

No presente trabalho foi analisada a agenda dos três Presidentes, num total de oito anos seleccionados da seguinte maneira:

Presidente Ramalho Eanes:

- 1º. Ano do 1º. Mandato: Março de 1976 a Março de 1977
- último ano do 1º. Mandato: Março de 1980 a Março de 1981
- último ano do 2º. Mandato: Março de 1985 a Março de 1986

Presidente Mário Soares:

- 1º. Ano do 1º. Mandato: Março de 1986 a Março de 1987
- último ano do 1º. Mandato: Março de 1990 a Março de 1991
- último ano do 2º. Mandato: Março de 1995 a Março de 1996

Presidente Jorge Sampaio:

- 1º. Ano do 1º. Mandato: Março de 1996 a Março de 1997
- penúltimo ano do 1º. Mandato: Março de 1999 a Março de 2000

A análise inicia-se no mês de Março por ser o mês em que ocorreu a posse dos Presidentes.

O objectivo da análise foi identificar e quantificar as actividades do Presidente, usando, para isso, tipologias dos acontecimentos teorizadas por Boorstin (1961), Molotch e Lester (1974-1993) e Tuchman (1978), de modo a perceber a sua evolução ao longo dos mandatos dos três presidentes.

Os acontecimentos da agenda seleccionados para análise obedeceram à tipologia dos “pseudo acontecimentos” de Boorstin (1961), definidos pelo autor como possuindo características específicas: não são espontâneos; surgem porque foram planeados; são criados para serem cobertos pelos media; o seu sucesso mede-se pela amplitude da sua cobertura; a sua relação com a realidade subjacente à situação é ambígua e, geralmente, funcionam como uma auto promoção. Esses acontecimentos foram agrupados em 4 categorias:

- aparições públicas do Presidente
- encontros formais e informais com jornalistas
- deslocações no interior do país
- visitas ao estrangeiro

Foram excluídas actividades decorrentes do estrito desempenho da função presidencial, como audiências no Palácio de Belém, reuniões de trabalho, actos de posse de membros do governo, apresentação de cartas credenciais de novos embaixadores, independentemente de terem, ou não, sido anunciadas publicamente e de terem, ou não, obtido cobertura mediática, por não dependerem de iniciativa do Presidente, sendo actos inerentes à função.

A categoria “aparições públicas” inclui:

- Participação (abertura e encerramento) em sessões públicas (colóquios, seminários, conferências)
- Visitas a escolas, hospitais, lares, infantários e outras instituições
- Inaugurações
- Assistência a actividades desportivas
- Comemorações oficiais realizadas fora do Palácio de Belém (25 de Abril, 1º de Junho, 5 de Outubro)
- Cerimónias de condecoração de personalidades

- Recepções (fora do contexto de visitas oficiais)
- Cerimónias de entrega de prémios

A segunda categoria incluída na classificação, refere-se a "encontros formais e informais com os jornalistas" e inclui:

- Entrevistas a media noticiosos nacionais e estrangeiros
- Depoimentos destinados a publicação em órgãos de comunicação social sobre assuntos específicos
- Conferências de imprensa e “briefings” formais e informais
- Mensagens transmitidas através de media noticiosos
- Jantares e almoços oferecidos a jornalistas

Nesta categoria estão incluídos os contactos com representantes dos media noticiosos constantes da agenda do Presidente. Por exemplo, entrevistas, mensagens radiofónicas e televisivas dirigidas a emigrantes, ou outras previamente gravadas, depoimentos do Presidente sobre assuntos específicos, conferências de imprensa, ou encontros informais com jornalistas. Não se incluíram declarações do Presidente proferidas em actividades constantes da categoria “aparições públicas”, durante as quais é vulgar o Presidente ser solicitado pelos jornalistas a pronunciar-se sobre vários temas de actualidade. Essas intervenções não são quantificáveis, dado não se encontrarem registadas na Agenda.

Na categoria “deslocações no País”, incluem-se:

- Deslocações com ausência do Palácio de Belém por um período superior a um dia (sem interrupção)
- Presidências Abertas
- Semanas Temáticas

Na categoria “visitas ao estrangeiro” estão incluídas:

- visitas de Estado
- visitas oficiais
- visitas privadas

Os dados apurados constam do Quadro 6.

Quadro 6
Pseudo-acontecimentos por categorias

Presidente	Anos	Aparições públicas	Encontros formais e informais com a imprensa	Deslocações/País c/ duração sup a 1 dia	Visitas ao estrangeiro	Total
Eanes	1976-1977	12	1	0	3	16
	1980-1981	44	28	7	4	83
	1985-1986	101	10	10	3	124
Soares	1986-1987	164	50	13	10	237
	1990-1991	123	45	14*	11	193
	1995-1996	140	44	4	20	208
Sampaio	1996-1997	180	6	16	11	213
	1999-2000	272	6	17	9	304

Fonte: Presidência da República, Centro de Documentação

*Não se incluem as deslocações que a agenda indica explicitamente inserirem-se na campanha eleitoral para as presidenciais.

No caso de Eanes não há referências na agenda à participação do Presidente em actividades de campanha pelo que todas as deslocações mencionadas estão incluídas

Da análise efectuada à agenda dos três Presidentes (Quadro 6) constata-se que existiu um crescimento contínuo de pseudo-acontecimentos desde o primeiro ano do primeiro mandato de Eanes até ao final do primeiro ano de Soares. O salto maior verifica-se entre os dois mandatos de Eanes, que passou de dezasseis (no primeiro ano do primeiro mandato) para cento e vinte e quatro (no último ano do segundo mandato). Soares quase dobrou os números do último ano de Eanes, mas diminuiu ligeiramente até final do segundo mandato. Sampaio, só no penúltimo ano do mandato (último analisado neste trabalho) ultrapassa Soares.

Comparando os dados relativos a cada categoria de pseudo-acontecimentos, verifica-se que, nos três Presidentes, a maior incidência vai para a categoria de “aparições públicas”, seguida, nos casos de Eanes e Soares da categoria "encontros com jornalistas" e de Sampaio da categoria “deslocações no País”. O elevado número de “aparições públicas” apresentado por Sampaio, pode dever-se à circunstância de o

Presidente ter feito, no último ano do seu primeiro mandato, saídas frequentes com duração inferior a um dia (e, portanto não contempladas na categoria “deslocações no país”), o que explica, por outro lado, o número relativamente baixo dos valores surgidos nessa categoria.

Embora a agenda não forneça elementos que permitam uma interpretação dos dados obtidos, o crescimento exponencial das aparições públicas de Eanes no final do segundo mandato pode ser uma consequência das funções partidárias que Eanes se preparava para assumir como líder do Partido Renovador Democrático (PRD).

Por seu turno, Soares subiu, logo no início do primeiro mandato, todas as categorias relativamente a Eanes, nomeadamente, os encontros com jornalistas que quintuplicaram. Este dado pode significar que Soares quis ultrapassar o facto de ter sido eleito por uma pequena diferença de votos (cerca de 100 mil) relativamente ao seu adversário, Freitas do Amaral, correspondendo, por outro lado, a um seu desejo de afirmar, no início da sua presidência, um estilo diferente do seu antecessor, com quem manteve "um clima de desconfiança e uma hostilidade recíproca"²³ desde que Eanes, em Julho de 1978, demitiu o II Governo Constitucional chefiado por Soares, relações que se agravaram com a criação, em 1985, "à sombra de Eanes", do PRD", destinado a disputar o espaço eleitoral do PS".²⁴ Soares investiu fortemente, logo no início do seu primeiro mandato, na criação de uma nova imagem que fizesse esquecer a de um Primeiro Ministro muito contestado que fora a sua – aproximando-se dos portugueses e desenvolvendo os contactos com jornalistas desde o primeiro ano da sua presidência.

Soares foi, por outro lado, o único dos três presidentes a diminuir o número de todas as categorias analisadas a partir do primeiro ano do primeiro mandato. Estes dados parecem confirmar o seu desejo de, por um lado, se demarcar do seu antecessor e, por outro, de criar a imagem de um Presidente mais perto do povo, ideia que nos anos seguintes irá desenvolver e consolidar, nomeadamente, através das presidências abertas. Uma vez criada essa imagem, Soares não aumentou quantitativamente o número de “pseudo acontecimentos”, mas aperfeiçoou-os como estratégia de comunicação, como adiante se procura demonstrar.

²³ Reis, António (1994:84-85) O Poder Central in "Portugal 20 Anos de Democracia", Círculo de Leitores

²⁴ Op. cit p. 85

A agenda presidencial é, pois, essencialmente constituída por actividades incluídas na categoria de “aparições públicas”, o que leva à conclusão de que a actividade do Presidente se desenvolve, em grande medida, fora do palácio presidencial, através de iniciativas destinadas a atrair os media noticiosos e a ser notícia. (Boorstin 1961, Molotch e Lester 1974-93). Com efeito, através de uma presença assídua em actos públicos e de intervenções proferidas nessas ocasiões, o PR encontra a "válvula de escape" que lhe permite sair da "gaiola dourada" em que as funções presidenciais tendem a encerrá-lo.

Relacionando estes dados com a evolução do aparelho de comunicação, nomeadamente com o número de consultores e assessores que integram a Assessoria para a Comunicação Social, verifica-se que, a um aumento do número de aparições públicas, não correspondeu, nos casos de Eanes e Soares, um aumento do número de pessoas na Assessoria. No primeiro ano do primeiro mandato de Soares, o enorme crescimento de "pseudo-acontecimentos" correspondeu a uma diminuição de pessoal (de seis elementos no último mandato de Eanes, Soares passou para quatro). Com Sampaio, aumentam ambas as variáveis (pessoal da Assessoria e “pseudo acontecimentos”).

Nos capítulos seguintes analisam-se os dados relativos às categorias de “encontros formais e informais com os jornalistas”, “deslocações no país” e “visitas ao estrangeiro”.

1. 2. 5. Os canais de comunicação com os jornalistas

Apesar de em Portugal o Presidente não possuir funções executivas, a Presidência da República constitui uma das mais importantes fontes de informação para os repórteres, não apenas devido às competências específicas do Presidente em matérias como promulgação e vetos de leis, algumas das quais decisivas para a governação do País, mas, também, porque o Presidente mantém permanente contacto com diversos sectores da vida do País, chegando-lhe, através desses contactos, muita informação. Os repórteres mantêm, pois, um grande interesse em cultivar contactos no “staff” do Presidente porque podem obter muita informação, não directamente publicável, mas que

lhes pode servir de pista para investigação ou recolha junto de outras fontes. Por esse motivo, a Presidência pode influenciar, significativamente, o conteúdo das notícias.

Uma das mais importantes tarefas da Assessoria para a Comunicação Social da Presidência da República é o controle da divulgação de informação através dos canais de rotina. Os comunicados constituem o canal mais corrente de veicular informação oriunda da Assessoria para a Comunicação Social. Os temas mais frequentes dos comunicados dizem respeito à agenda do dia do Presidente, programas das visitas no País ou no estrangeiro e audiências concedidas pelo Presidente.

Ao contrário do que acontece nos EUA, em Portugal os “briefings” não constituem uma prática regular do Presidente. Os contactos dos jornalistas com o Presidente baseiam-se, na maioria dos casos, em entrevistas, encontros informais (almoços, jantares), depoimentos e mensagens. Essa circunstância deve-se, fundamentalmente, à natureza do regime semi-presidencialista que não confere ao Presidente funções executivas ao nível da governação, ao contrário do que acontece no regime presidencialista norte-americano.

A análise da agenda dos três Presidentes mostra, pois, que os “briefings” não são um canal de comunicação frequente. Nos EUA, as transcrições dos “briefings” do Presidente são disponibilizadas aos jornalistas e ao público, na Internet. Em Portugal, a transcrição de declarações do Presidente, quando é feita, destina-se a consumo interno, por exemplo, para constituição de doutrina sobre o assunto focado ou para conhecimento dos membros do “staff” do Presidente²⁵.

Contudo, durante as visitas oficiais e as deslocações no País, o Presidente realiza “briefings” e outros encontros informais com os jornalistas. Esta prática estende-se aos três presidentes. São quase sempre improvisados, isto é, não constam do programa, sendo marcados de uma maneira casuística. Por esse motivo, não é possível quantificar o número de “briefings” ou de conferências de imprensa de cada Presidente, embora em

²⁵ Durante a Presidência Portuguesa da União Europeia foi instituída a prática de “briefings” semanais de background a cargo do porta-voz. Esses “briefings” eram gravados e transcritos para conhecimento do pessoal diplomático. Durante a realização de um Conselho Europeu que dura, geralmente, um dia e meio, cada delegação organiza, pelo menos, dois “briefings”, o que resulta numa média de 25 a 30 “briefings” no espaço de dia e meio. Serrano, Estrela (1999)

algumas agendas surjam, com esse ou outro nome, encontros informais com os jornalistas.

Os jornalistas apreciam encontros informais, sobretudo quando se encontram deslocados das redacções. Como refere a jornalista Maria João Rocha:

"Quando se está em viagem acompanhando uma entidade não há tempo para fazer enquadramentos. (...) Os "briefings" são importantes se forem sérios.

Por vezes são fornecidos documentos e isso é importante, mas a maior parte das vezes o recurso é o arquivo do jornal. Pessoalmente gostaria de ter tempo de investigar os temas em que trabalho mas não há tempo".²⁶

Além da informação obtida pelos canais formais de rotina – comunicados, textos de discursos, documentos públicos, conferências de imprensa, "briefings", entrevistas, os jornalistas obtêm informação adicional através de "fugas" (Hess 1984:75). Como acontece noutras organizações (Sigal 1973:54) muitas vezes, os assessores tentam divulgar os seus pontos de vista sem autorização do Presidente. A "fuga e o "off the record" constituem canais informais usados pela Presidência da República, sobretudo no tempo de Mário Soares, através do porta-voz.

Eanes foi o primeiro presidente a criar a figura do porta-voz, exercida nos seus mandatos por dois jornalistas: Silva Costa no primeiro mandato, Joaquim Letria, no segundo. Soares manteve o cargo, tendo nomeado porta-voz o chefe da sua Casa Civil, Alfredo Barroso. Sampaio não manteve, formalmente, o cargo. O seu assessor para a Comunicação Social, António Manuel exerce, na prática, essas funções.

O porta-voz de Ramalho Eanes funcionava como coordenador da Assessoria, embora, como afirma Eduardo Fidalgo, jornalista e consultor de Eanes no 2º. Mandato, não existisse uma hierarquia rígida²⁷. O porta-voz de Eanes informava e aconselhava o Presidente sobre a actualidade política, nos contactos com os jornalistas e em aspectos relacionados com a imagem do Presidente.

²⁶ Rocha, Maria João (1999) Comunicação pessoal, Setembro

²⁷ Fidalgo, Eduardo (2000) Comunicação pessoal

Com Soares a maior parte da informação fornecida pelo porta-voz era na base do "off the record" e da "fuga". O porta-voz era reconhecido como uma fonte credível, dado que os jornalistas conheciam a sua proximidade com o Presidente. Possuía amigos em jornais importantes com quem trocava informação, por exemplo, sobre sondagens e bastidores da política, a qual era útil ao Presidente. Os jornalistas reconheciam-no como uma fonte preciosa e respeitavam o anonimato que ele exigia.²⁸

Os jornalistas apreciam a informação fornecida em "off the record", embora isso lhes traga alguns problemas. Como refere Maria João Rocha,

*"A maioria da informação política é dada em "off". Muitas vezes, o jornalista tem depois de procurar alguém que assuma a informação em "on", o que nem sempre é fácil"*²⁹.

Os porta-vozes de Eanes e Soares dispunham de acesso permanente ao Presidente, competindo-lhes falar em seu nome e, no caso de Soares, superintender na organização da sua agenda diária. Este último, trabalhava directamente com as assessorias, principalmente com a Assessoria Jurídica por onde passavam todas as propostas legislativas oriundas da Assembleia da República ou do Governo. Devido à sua qualidade de Chefe da Casa Civil, o porta-voz de Soares possuía acesso privilegiado à informação produzida nas "regiões de rectaguarda" (Ericson 1989), o que o tornava um interlocutor privilegiado dos jornalistas. Organizava contactos informais regulares com jornalistas da área política dos principais media noticiosos que recebia individualmente no seu gabinete, estabelecendo com eles relações pessoais de grande proximidade.

O porta-voz de Soares privilegiava os contactos com editores e directores, a quem dava "exclusivos" o que, por vezes não era bem visto pelos jornalistas que acompanhavam os assuntos da Presidência. Aliás, os repórteres não apreciam intrusões de colegas do mesmo órgão de comunicação social na organização junto da qual estão acreditados, existindo muitos conflitos por essa razão (Ericson et al 1989:41). A razão para este procedimento das fontes deve-se ao facto de pretenderem agradar aos editores e directores que possuem uma responsabilidade editorial, dado que o repórter não tem poderes para escrever opinião nem para decidir a paginação e a extensão dos temas, o que é importante para as fontes. Pela mesma razão, os convites para contactos directos

²⁸ Serrano, (1986-1996) Arquivo pessoal

²⁹ Rocha, Maria João (1999) Comunicação pessoal

com o Presidente, como almoços, etc., eram para os editores e directores e raramente para os repórteres acreditados³⁰.

Ao dar uma estória em exclusivo a um jornal de referência, o Presidente garantia: a) que o jornal lhe daria 1ª. Página; b) que qualquer outro jornal lhe daria boa cobertura. Desde que a "estória" surgisse na 1ª. Página do Expresso, do Diário de Notícias ou do Público, tornava-se notícia e não podia ser ignorada.

Segundo Fidalgo, nos mandatos de Eanes, à excepção do final do último mandato, não há "fugas" de informação a assinalar³¹.

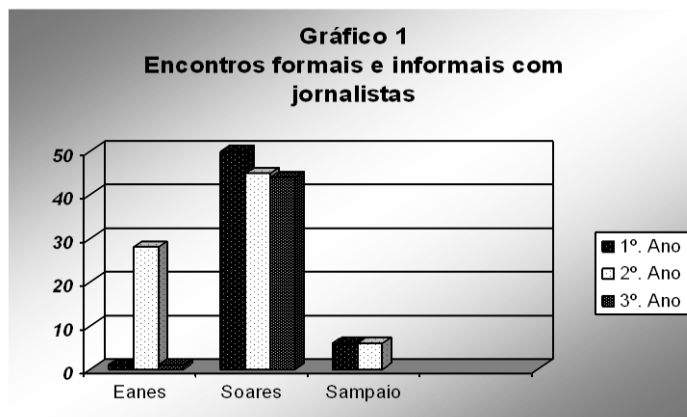
No mandato de Jorge Sampaio têm-se verificado também "fugas" de informação fora do controle do Presidente e da Assessoria para a Comunicação Social. Um membro do seu "staff" considera que essas "fugas" destinam-se, sobretudo, a "fazer passar ideias pessoais para influenciar o Presidente através dos jornais".³²

Embora não seja possível indicar, com precisão, qual a utilização feita por cada Presidente dos canais de rotina, é possível concluir que o "briefing", a conferência de imprensa, a "fuga" e o "off the record", foram canais escolhidos para comunicar com os jornalistas. A quase ausência de referências na agenda dos Presidentes Eanes e Sampaio relativamente a encontros com jornalistas, pode significar que a sua utilização era selectiva (por exemplo, nas deslocações do Presidente, onde era suposto o Presidente querer passar uma mensagem) ou não era incluída na agenda por razões de confidencialidade.

³⁰ Serrano, Estrela (1986-96) arquivo pessoal

³¹ Fidalgo (2000) Comunicação pessoal

³² Consultor de Jorge Sampaio (2000) Comunicação Pessoal



Fonte: Centro de Documentação da Presidência da República e Arquivo Mário Soares

Nota: Os 3 anos assinalados na legenda correspondem a: o 1º. Ano ao primeiro ano do primeiro mandato de cada Presidente; o 2º. Ano ao último ano do primeiro mandato e o 3º. Ano ao último ano do segundo mandato (penúltimo ano no caso de Sampaio)

Da análise feita à categoria de "encontros com os jornalistas" incluídos na agenda dos Presidentes Eanes, Soares e Sampaio, (Gráfico 1) constata-se um aumento dessa categoria no final do primeiro mandato de Eanes, que diminui, contudo, no último ano do segundo mandato. Soares ultrapassa a soma dos três anos de Eanes no primeiro ano do primeiro mandato. Contudo, Soares diminui ligeiramente os contactos com os jornalistas a partir do primeiro ano de Presidência. Sampaio diminui drasticamente relativamente a Soares e também em relação a Eanes (à excepção do primeiro ano de Eanes na Presidência em que Sampaio foi superior) os contactos com jornalistas, investindo, sobretudo, na categoria “aparições públicas”.

De notar ainda que a categoria "encontros com jornalistas", foi, de entre as categorias seleccionadas como pseudo acontecimentos, a segunda mais usada por Eanes, com um crescimento de 1 para 28, tendo diminuído no último ano do 2º. Mandato, de 28 para 10. Esta circunstância pode explicar-se pelo facto de, no final do 1º. Mandato, existir, por parte do Presidente e dos media noticiosos, um maior interesse no contactos recíprocos: o Presidente para preparar a reeleição e os media noticiosos pelo “valor-notícia” de um candidato-presidente. No final do 2º. Mandato, o Presidente não pode voltar a ser candidato e isso explica, em parte, a quebra de contactos com os media noticiosos.

Com Soares o "pico" verifica-se no primeiro ano de presidência. No final do primeiro mandato o número de encontros com jornalistas é superior ao do último ano do segundo mandato, o que pode explicar-se pelo facto de Soares não se poder recandidatar.

Com Sampaio a situação é idêntica no primeiro e no penúltimo ano do mandato.

Além das razões já mencionadas na análise dos dados relativamente ao conjunto dos pseudo acontecimentos (Pontos 1.2.3. do presente capítulo), os dados apurados relativamente aos “encontros informais e formais com os jornalistas” mostram estar-se perante Presidentes com personalidades diferenciadas na maneira de encarar a sua relação com os media noticiosos e com o público: Eanes com um posicionamento mais contido; Soares, político experiente com passagens episódicas por jornais como colaborador, mais predisposto a uma relação permanente e quase familiar com os jornalistas. Sampaio, de início mais fechado e posteriormente mais emotivo.

1. 2. 6. As viagens

As deslocações do Presidente da República no País e ao estrangeiro são momentos de grande visibilidade do Presidente, constituindo, por conseguinte, um importante aspecto da estratégia de comunicação presidencial. A preparação e acompanhamento das deslocações do Presidente é, aliás, uma das tarefas principais da Assessoria para a Comunicação Social.

As deslocações do Presidente da República ao estrangeiro são de três tipos: visitas de Estado, visitas oficiais e visitas privadas.³³

³³ As visitas de Estado distinguem-se das visitas particulares ou privadas por um certo número de características: dependem de um convite oficial de um Chefe de Estado e inserem-se num calendário estabelecido entre a Presidência da República e os Ministérios de Negócios Estrangeiros dos dois países, obedecendo a uma regra de reciprocidade, isto é, um Chefe de Estado não visita oficialmente um País, pela segunda vez, se a primeira visita não tiver sido retribuída. A reciprocidade não se refere à figura do Presidente mas sim ao País, o que significa que um Presidente pode retribuir uma visita feita a um seu antecessor. Outra característica de uma visita de Estado é a existência de uma comitiva ou delegação oficial como convidada e de um programa protocolar rígido que envolve cerimónias civis e militares e um programa social. As visitas oficiais não envolvem a participação do Protocolo de Estado, não são acompanhadas de comitivas oficiais nem o seu programa é sujeito a aprovação dos Ministérios de Negócios Estrangeiros dos países visitados. As visitas particulares são deslocações privadas do Presidente. Todas elas requerem, porém, aprovação da Assembleia da República. Serrano, Estrela (1986-996) Arquivo Pessoal

As visitas de Estado do Presidente são precedidas de uma "missão preparatória" que inclui visitas aos locais onde o programa vai decorrer e aos hotéis escolhidos para instalação da comitiva e dos jornalistas.

As visitas de Estado de Mário Soares eram antecedidas de uma reunião com a comitiva que o acompanhava, incluindo os jornalistas. O Presidente fazia, então, a apresentação da comitiva e dos objectivos da deslocação. Nessa reunião era distribuído o "programa detalhado"³⁴ e fornecidas informações úteis sobre, por exemplo, o clima do país visitado, a moeda, o vestuário indicado para cada ocasião, etc.

As informações fornecidas pelo Presidente são utilizadas pelos jornalistas para um primeiro enquadramento da visita. Os jornalistas apreciavam esse tipo de informação, como refere Mário Ramires:

"... há outro tipo de preparação que faz cada vez mais falta numa saída que é a preparação prévia da visita. O PR vai não sei onde. Se não se sabe qual é o objectivo da viagem e quem vai com o PR, não se consegue definir à partida que tipo de acompanhamento se deve dar àquela viagem. Quando é assim não vamos....Não é exigir que se diga tudo o que vai tratar em matéria diplomática, mas tem de se saber qual é o objectivo da viagem. Não se pode dizer que o PR vai à Jugoslávia para nada. Não pode ser. Acho que aí há uma crise grande. Os "briefings" que o dr. Soares tinha e o prof Cavaco, eram de um profissionalismo...Admitiam logo à partida o que se pretende da viagem, o que vamos lá fazer, mesmo que fosse às Seychelles, por exemplo ganhar um voto na ONU, mas havia um intercâmbio de informação que nos permitia partir para uma viagem com uma versão daquilo que poderia depois falhar ou ser um êxito. Agora parte-se para uma viagem com o PR, PM ou uma delegação parlamentar sem se saber o que é que se pretende".³⁵

Uma das questões importantes na organização de uma viagem é o meio de transporte a utilizar. Nas visitas de Estado, os Presidentes utilizam, na maioria dos casos, avião fretado à companhia aérea nacional. Eanes utilizou algumas vezes avião militar. Contudo, não é raro que os Presidentes utilizem voos comerciais, mesmo tratando-se de viagens de Estado. Em Portugal, o Presidente da República não dispõe de avião particular, embora a Força Aérea Portuguesa possua Falcons para transporte de

³⁴ O "Programa detalhado" é elaborado pelo Protocolo de Estado e inclui todos os procedimentos protocolares. É de grande utilidade para a comitiva e de interesse jornalístico por incluir detalhes úteis para recolha de imagens

³⁵ Ramires, Mário, (1999) Comunicação pessoal, Agosto

entidades VIP em missões oficiais. Em deslocações que envolvem uma comitiva reduzida, o Presidente da República e os membros do governo usam os Falcons.

O fretamento de avião para deslocações do Presidente não é isento de polémica. Mário Soares foi, muitas vezes, acusado nos media de gastos excessivos em viagens, sobretudo pelas grandes comitivas de que se fazia acompanhar e pela duração das viagens. Sampaio manteve o estilo Soares no uso de avião fretado, mas a polémica acerca disso desapareceu quase por completo.

Os órgãos de comunicação social são informados das viagens do Presidente através de uma "nota à imprensa" donde consta a data e o programa da visita. Informalmente, na maioria dos casos por telefone, são também informadas as chefias de redacção de que a Presidência disponibiliza lugares no avião presidencial para os jornalistas que pretendam acompanhar a visita.

Nos mandatos de Ramalho Eanes e Mário Soares, quando o Presidente não viajou em voo fretado, os órgãos de comunicação social suportaram os encargos das passagens aéreas dos seus membros. Com Jorge Sampaio, os jornalistas têm passagens aéreas oferecidas pela Presidência da República, mesmo nos casos em que não existe um avião fretado.

O transporte local, durante uma visita, é organizado e custeado pela Presidência ou pelas Embaixadas de Portugal nos países visitados, quando se trata de visitas de Estado. A cargo dos órgãos de comunicação social fica o alojamento, uma vez que as refeições são, geralmente, oferecidas à comitiva presidencial, incluindo os jornalistas que acompanham o Presidente. Por ocasião das visitas de Estado, o alojamento dos jornalistas é, geralmente, organizado pelas embaixadas de Portugal nos Países visitados, mesmo quando o pagamento fica a cargo dos próprios jornalistas.³⁶ Não se trata,

³⁶ Os jornalistas que acompanham as deslocações oficiais do Primeiro Ministro dispõem de alojamento pago pela Presidência do Conselho de Ministros através das embaixadas de Portugal no País visitado. Por ocasião do Conselho Europeu de Berlim, realizado durante a Presidência Alemã da União Europeia no primeiro semestre de 1999, o gabinete do Primeiro Ministro enviou um ofício à Embaixada de Portugal em Bonn do qual constava uma lista de jornalistas com a indicação de que ficariam instalados no Berlim Excelsior. A lista de jornalistas incluía:

- 2 jornalistas da RTP e dois operadores de câmara. Um dos jornalistas não necessitou de alojamento por residir em Berlim
- 5 jornalistas da SIC e dois operadores de câmara
- um jornalista da TVI, um operador de câmara e um produtor
- 3 jornalistas da Lusa. Um não necessitou de alojamento

contudo, de uma deferência especial a um jornal ou a um jornalista, mas antes de uma prática extensiva a todos os media noticiosos que acompanham as visitas. Não compete, aliás, ao Presidente escolher os jornalistas que vão cobrir as suas viagens.

Nas viagens em que existe um voo fretado a distribuição dos lugares dos jornalistas não obedece a regras específicas. Os jornalistas escolhem os seus próprios lugares, sendo-lhes, apenas, indicada a fila a partir da qual podem sentar-se.

Eanes convivía informalmente com os jornalistas que o acompanhavam, surpreendendo-os, muitas vezes, com um sentido de humor e uma simpatia que não aparentava noutras ocasiões³⁷.

Soares possuía o hábito de se deslocar, propositadamente, junto dos jornalistas no início da viagem e, no fim, agradecia-lhes através do microfone de bordo "a contribuição para o sucesso da visita", resultante da cobertura que tinham feito. Alguns jornalistas sentiam um certo constrangimento pela cumplicidade implícita nas palavras do Presidente, mas não reagiam desfavoravelmente porque consideravam essas palavras como um gesto de cortesia³⁸.

Durante as viagens, os Presidentes concedem entrevistas exclusivas a alguns jornalistas que as solicitam.

A organização das viagens é feita de modo a que todos os momentos possam ter cobertura jornalística. Os programas têm em conta os "timings" dos telejornais e o fecho dos jornais, para que os jornalistas possam enviar as suas peças a tempo de serem publicadas.

Nas viagens de Soares, quando a presença dos jornalistas não era possível, por motivos

-
- Uma jornalista da RDP
 - 2 jornalistas da TSF
 - Um jornalista do Diário de Notícias
 - Dois jornalistas da Rádio Renascença
 - Dois jornalistas do Diário Económico
 - Um jornalista da Capital
 - Um jornalista e um fotógrafo do EXPRESSO
 - 3 jornalistas do Público

O ofício referia textualmente: "...agradeceria a V. Ex^a. que a Embaixada de Portugal em Bona fosse autorizada a suportar as despesas relativas a esta deslocação tal como alojamento e viaturas para a delegação, tripulação do Falcon e jornalistas (lista em anexo) bem como outras que venham a ser necessárias.

À excepção dos jornalistas correspondentes em Bruxelas, todos foram acreditados pelo gabinete do Primeiro Ministro. Serrano, Estrela (1999) Arquivo Pessoal

³⁷ Fidalgo, Eduardo, (2000) Comunicação pessoal

³⁸ Serrano, Estrela (1986-1996) Arquivo pessoal

protocolares ou logísticos, um dos assessores fazia o trabalho de “pool”, comunicando a cada jornalista o que se passara, como, informações sobre conversas, discursos informais, declarações, etc..³⁹

Os jornalistas fazem, frequentemente, acordos tácitos entre si para que todos possam ter acesso às mesmas informações. Mário Ramires, que acompanhou Mário Soares e Jorge Sampaio em deslocações no País e no estrangeiro, como jornalista da Agência Lusa, recorda um caso ocorrido durante a Presidência Aberta na Guarda, em 1988:

*"Os jornalistas ficaram alojados na Covilhã e o Presidente nas Penhas da Saúde. Nós, da Lusa, íamos dormir a Seia e depois de jantar resolvemos passar pelo hotel onde estava o Presidente. Eram 2 horas da manhã e passámos pelo hotel a saber se estava tudo bem. Por mero acaso o Presidente tinha adoecido e cancelou o programa do dia seguinte. Chegámos a Seia e mandámos a notícia. Falámos com o médico do Presidente. No dia seguinte tínhamos uma quantidade de colegas, sobretudo da rádio, furiosos connosco porque nós não devíamos ter ir ao hotel do PR aquela hora da noite"*⁴⁰

As relações entre os jornalistas que acompanham o Presidente são descritas por Ramires como "mais de solidariedade do que de concorrência".

"Em saída funciona-se muito como grupo. As consequências disso são negativas e positivas. Existe esse lado perverso que é discutirmos notícias não com o nosso editor mas com o nosso colega parceiro do lado e dessa conversa poder resultar a sobrevalorização de um facto. Se calhasse conversar com a redacção ou com outro jornalista que não estivesse tão empenhado no acompanhamento da visita, provavelmente não seria o mesmo.

*O convívio permanente permite desviar a atenção do assunto principal da visita. As notícias, quando discutidas nesse ambiente de sã convivência, acabam todas por ter a mesma forma, o mesmo ponto de vista, o mesmo enfoque que se calhar não seria assim noutro contexto."*⁴¹

Maria João Rocha, jornalista que acompanhou deslocações de Mário Soares, de Jorge Sampaio, e de outras figuras públicas, refere-se ao ambiente entre os jornalistas que acompanham um líder político:

³⁹ Serrano, Estrela, (1986-1996) Arquivo Pessoal

⁴⁰ Ramires, Mário, (1999) Comunicação pessoal, Agosto

*"Existe uma ligação entre os jornalistas que é favorecida pela distância relativamente às respectivas redacções.... Com o meu colega mais directamente concorrente a relação era muito boa... Numa viagem em que os destacados eram dois directores sei que eles combinaram até quando não escreviam"*⁴²

Acrescenta Maria João Rocha:

*"Na campanha eleitoral de há 4 anos, o programa do líder do PS incluía uma subida ao Pico que constituiu um momento de criação de laços de solidariedade e de amizade entre os jornalistas que se ajudaram na subida e na descida. Alguns feriram-se e foram ajudados por colegas."*⁴³

Maria João Rocha recorda um incidente passado com o líder do partido Socialista, António Guterres, durante a campanha eleitoral de 1995.

*"...quando surgiu o problema da gaffe do líder do PS sobre o PIB (Produto Interno Bruto) havia entre os jornalistas um clima favorável a esconder a gaffe. Houve, posso dizer, um sentimento de "pena" do líder e eu própria quando escrevi o texto em que referia essa gaffe não tive a noção do "desastre" que isso representava para o líder do PS. Nesse dia da gaffe eu sugeri o título da minha peça, o qual não incidia sobre a gaffe, porque, a meu ver, não era tão importante que merecesse ser puxado para título. Da redacção telefonaram-me a dizer "esse título não pode ser". Fiquei a saber que as rádios e televisões puxaram o caso e que o jornal não podia ignorá-lo. Eu acho que a redacção procedeu bem porque eles possuíam a visão geral do efeito que me passava despercebida devido à distância e ao menor contacto com a realidade política global"*⁴⁴

Francisco Vasconcelos, jornalista da Agência Lusa destacado há alguns anos para cobrir os assuntos do Primeiro Ministro, confirma as opiniões dos seus colegas, mas salienta exemplos de não cooperação entre jornalistas:

*"Há uns anos, quando os repórteres não possuíam telefones portáteis como hoje, assisti ao bloqueamento de telefones disponíveis para que uma informação que tinha sido dada pela Lusa não pudesse chegar às rádios antes de entrar no circuito da agência. Os repórteres da agência bloquearam todos os telefones e ninguém conseguiu dar a notícia primeiro..... isso foi excepcional e hoje talvez não se fizesse, até porque a maior parte dos jornalistas possui meios de comunicação autónomos."*⁴⁵

⁴¹ idem

⁴² "Rocha, Maria João (1999) Comunicação pessoal, Setembro

⁴³ idem

⁴⁴ idem

⁴⁵ Vasconcelos, Francisco (1999) Comunicação pessoal, Outubro

Contudo, segundo Vasconcelos "a colaboração entre jornalistas sobrepõe-se à concorrência, funcionando antes a solidariedade entre pessoas que exercem a mesma profissão". Para Vasconcelos, "os jornalistas procuram, sobretudo, "marcar" o colega mais directamente concorrente".

Como exemplo da colaboração entre colegas, Vasconcelos recorda uma viagem oficial do Presidente Sampaio à Grécia, em cujo programa se incluía a visita a um mosteiro onde não era permitida a presença de mulheres. Os jornalistas do sexo masculino relataram, pormenorizadamente, às suas colegas o que se tinha passado e o que tinham visto, de tal modo que as peças escritas por elas não se distinguiam das outras. "Era como se lá tivessem estado", diz Vasconcelos. "Na redacção, os editores, se não soubessem, não tinham percebido que elas não estavam lá", acrescenta.

Algumas das actividades do programa são cobertas em sistema de "pool". A organização das "pools" proporciona aos assessores e membros dos "staffs" dos políticos a selecção dos jornalistas que cobrem determinados eventos. Em Portugal não existe a prática descrita por Crouse (1972) relativamente à obrigatoriedade da existência de um relatório escrito para uso comum. A "pool" inclui, apenas, repórteres fotográficos e operadores de câmara que disponibilizam as imagens captadas.⁴⁶

Durante as ausências do Presidente, a Assessoria para a Comunicação Social mantém um contacto permanente com a comitiva que o acompanha. O Presidente recebe, logo pela manhã, os recortes da imprensa portuguesa através de fax (Ramalho Eanes e Mário Soares) e fax e internet (Jorge Sampaio). A Assessoria para a Comunicação Social mantém ainda o Presidente informado sobre os noticiários de rádio e televisão.

⁴⁶ Nos Conselhos Europeus organizados no âmbito da União Europeia existe uma regra no que se refere à cobertura de imagem. Em virtude de afluência de repórteres fotográficos e operadores de câmara ser considerável os organizadores fornecem às embaixadas dos países membros um certo número de cartões de pool para que sejam atribuídos aos jornalistas dos respectivos países. Por seu turno, as embaixadas depositam nos assessores de imprensa que acompanham os líderes nos Conselhos Europeus a responsabilidade da distribuição desses cartões. São estes, pois, que escolhem os repórteres de imagem que estarão presentes nos eventos. A distribuição não é, geralmente, pacífica. A mesma prática é usada na cobertura das Cimeiras Ibero-americanas. Na Cimeira Ibero-americana do Porto, realizada em 1998, os jornalistas brasileiros acreditados para a cobertura dessa Cimeira exigiram que a organização lhes entregasse directamente os cartões de pool com o argumento de que o assessor do Presidente brasileiro não usava critérios justos na distribuição. Serrano, Estrela (1998) Arquivo Pessoal

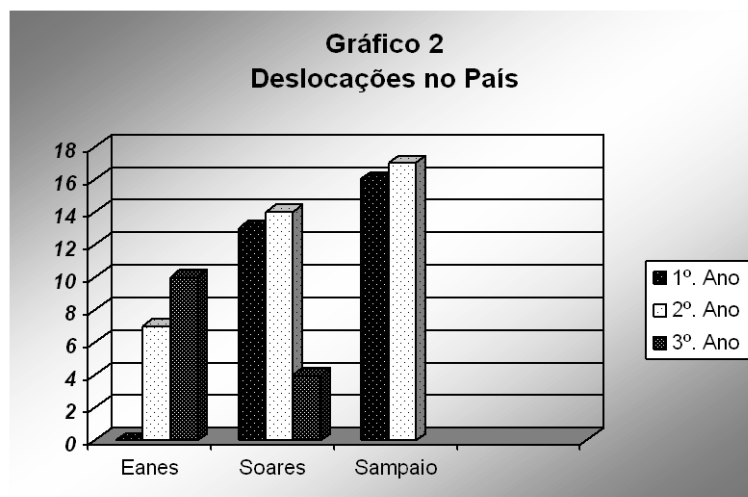
As viagens do Presidente constituem momentos privilegiados de contactos com os jornalistas devido à prática, aliás generalizada também noutros países, de serem acompanhadas por um número significativo de repórteres. Daí que tivessem sido consideradas nesta investigação como categorias de “pseudo acontecimentos”, subdivididas em “deslocações no País” e “visitas ao estrangeiro”.

O Gráfico 2, abrange a categoria “deslocações no País” relativamente aos três presidentes no período seleccionado para análise.⁴⁷

Os dados apurados relativamente à categoria “deslocações no País” mostram que existiu um crescimento em todos os mandatos e de um Presidente para outro, à excepção do último ano do último mandato de Soares, em que se verificou uma quebra significativa de deslocações no País. A explicação para essa quebra pode residir no facto de as deslocações do Presidente terem tido duração inferior a um dia tendo, por esse motivo, sido incluídas na categoria “aparições públicas” (Quadro 6). O maior aumento verificou-se com Eanes que, no primeiro ano do 1º. mandato, não efectuou qualquer deslocação no País, tendo, no ano final do primeiro mandato, subido para 7 essas deslocações e no final do 2º. Mandato para 10.

Não obstante as 11 presidências abertas realizadas por Soares (incluídas na categoria “deslocações no País”) das quais apenas duas são abrangidas pelo período analisado, o número das suas deslocações no País foi ultrapassado por Sampaio logo no primeiro ano do seu mandato, o que prova a importância que todos os Presidentes dão ao contactos com o País, fora da capital.

⁴⁷ Ver também Quadro 6

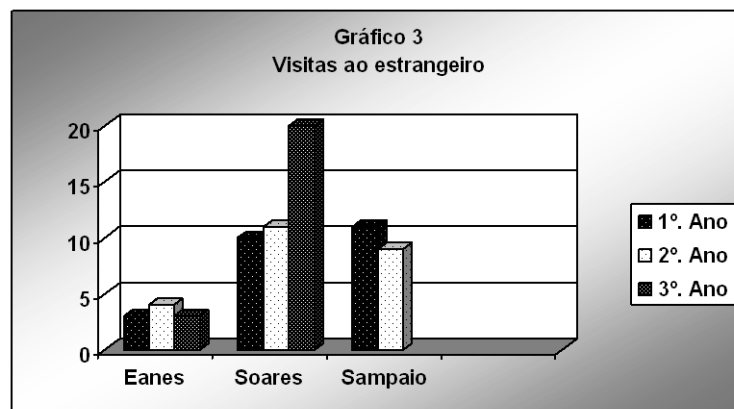


**Fonte: Centro de Documentação da Presidência da República
e Arquivo Mário Soares**

Nota: Os 3 anos assinalados na legenda correspondem a: o 1º. Ano ao primeiro ano do primeiro mandato; o 2º. Ano, ao último ano do 1º. Mandato e o 3º. Ano ao último ano do segundo mandato

Relativamente às visitas ao estrangeiro (Gráfico 3) a conclusão mais evidente é o grande número de visitas ao estrangeiro efectuadas por Soares, relativamente ao seu antecessor e o facto de se tratar da única categoria temática a crescer (com Soares) nos três anos analisados. O maior crescimento verifica-se no último ano do segundo mandato de Soares, em que o Presidente fez vinte viagens ao estrangeiro, quase dobrando as onze do final do primeiro mandato. Soares fez juz à fama de ser um "grande viajante" e, se é certo que algumas viagens, como a visita às Seychelles, lhe trouxeram críticas pelo carácter aparentemente lúdico da visita, também é certo que a imagem de Soares montado numa tartaruga gigantesca correu mundo, trazendo-lhe uma enorme popularidade. Aliás, como atrás se refere, as visitas de Soares ao estrangeiro foram objecto de opiniões contraditórias, devido, sobretudo, à sua duração e à dimensão das comitivas que o acompanhavam. Contudo, o saldo acabava por ser-lhe favorável, na medida em que muitos dos membros dessas comitivas, nomeadamente, empresários e homens de cultura, elogiavam as oportunidades que resultavam, para o País, dos contactos proporcionados pelo Presidente. Por outro lado, Soares prezava os contactos com homólogos estrangeiros e cultivava relações com individualidades estrangeiras das mais variadas áreas, respondendo às críticas que lhe faziam de que não lia os dossiês

com o facto de conversar directamente com os grandes decisores da política internacional.⁴⁸



Fonte: Centro de Documentação da Presidência da República
e Arquivo Mário Soares

Nota: Os 3 anos assinalados na legenda correspondem a: o 1º. Ano ao primeiro ano do primeiro mandato; o 2º. Ano, ao último ano do 1º. Mandato e o 3º. Ano ao último ano do segundo mandato

Sampaio iniciou o seu mandato com um número de visitas ao estrangeiro superiores a Soares. Contudo, foi o único Presidente a diminuir (embora apenas em uma) do primeiro para o penúltimo ano do primeiro mandato, o número dessas visitas.

Eanes não efectuou nenhuma viagem ao estrangeiro no primeiro ano do primeiro mandato, tendo realizado apenas uma viagem no último ano desse mandato e cinco no final do segundo mandato.

À luz dos dados apurados é possível concluir que, à semelhança do referido a propósito das anteriores categorias seleccionadas como “pseudo acontecimentos”, as deslocações do Presidente no País e no estrangeiro constituem um importante instrumento de afirmação do Presidente e um meio de lhe dar visibilidade.

Relacionando as deslocações do Presidente com a evolução do aparelho comunicacional constata-se que, apesar de se ter verificado um crescimento global nos recursos humanos da Presidência da República, o aparelho comunicacional não sofreu

⁴⁸ Serrano, Estrela, (1986-1996) Arquivo pessoal

crescimento significativo. Com efeito, embora os recursos humanos que integram a Casa Civil do Presidente tenham aumentado a partir da entrada em funções do Presidente Sampaio, esse crescimento não abrangeu a Assessoria para a Comunicação Social. Eanes foi o Presidente com mais pessoas nessa Assessoria; Soares diminuiu esse número do primeiro mandato para o segundo, e Sampaio voltou a aumentar o número, não tendo chegado aos números de Eanes. Essa evolução não corresponde, todavia, ao aumento de acontecimentos constantes da agenda, verificando-se, pelo contrário, uma relação oposta, isto é, a um crescimento de “pseudo acontecimentos” corresponde um decréscimo do número de pessoas que trabalham na Assessoria para a Comunicação Social.

Estes dados podem ser explicados por vários factores. Por um lado, pela natureza das relações entre os Presidentes e os membros do seu “staff”, nomeadamente, os assessores de comunicação. Assim, a uma relação mais formal com Eanes corresponde um maior número de membros na Assessoria para a Comunicação Social; a uma relação mais informal com Soares correspondeu uma diminuição do número de pessoas na Assessoria. Outra explicação para o facto de Eanes ter sido o Presidente com maior número de membros na Assessoria para a Comunicação Social pode estar na circunstância de se viver, nos seus mandatos, uma situação política mais instável, requerendo mais atenção aos media.

No caso de Soares, como atrás se refere, o papel proeminente do Chefe da Casa Civil e porta-voz e a relação estreita que Soares estabeleceu com alguns membros do seu “staff”, explicam o reduzido número de pessoas na Assessoria para a Comunicação Social.

Sampaio não atingiu, nos quatro primeiros anos, o número de membros que Eanes possuía na Assessoria, mas a sua agenda acusa um aumento significativo de “pseudo-acontecimentos”, o que explica o crescimento de pessoal relativamente a Soares.

III Capítulo

1. A estratégia de comunicação de Mário Soares

Em Portugal, devido à natureza do regime constitucional e aos poderes que a Constituição lhe atribui, o Presidente da República (PR) é um órgão cuja intervenção e exercício é atentamente seguido pelos media. Não possuindo poderes executivos no domínio da governação, o PR possui, contudo, ao nível simbólico, um poder e uma influência que fazem dele o árbitro e o moderador da sociedade portuguesa. Mário Soares interpretou os poderes constitucionais como uma magistratura de influência, a que deu conteúdo através, nomeadamente, de iniciativas como as presidências-abertas.

O sistema de governo da Constituição da República Portuguesa (CRP) insere-se no conjunto de sistemas de natureza híbrida ou mista, correntemente designados por "sistema semi-presidencial", na terminologia de Maurice Duverger (1979) ou, como preferem Gomes Canotilho e Vital Moreira (1991), forma de governo parlamentar mas com uma componente presidencial, ou forma de governo misto parlamentar-presidencial.

O Presidente da República é eleito por sufrágio universal e detém posição constitucional específica nos domínios das relações externas e da defesa, onde possui poderes de intervenção decisivamente mais significativos do que nos demais domínios governamentais. Os poderes do Presidente são, predominantemente, de natureza negativa (poderes de impedimento), embora haja poderes presidenciais de natureza positiva. Não pode fazer imposições, nem dar instruções ao Governo, mas não está impedido de emitir opiniões, fazer sugestões ou, mesmo, formular conselhos de política ao Governo; dada a autoridade do Presidente da República, torna-se necessária uma permanente comunicação e concertação institucional entre PR e Governo. Como é próprio dos sistemas de governos parlamentares mistos, a fronteira entre as esferas do Governo e do Presidente, embora obedecendo a um princípio de delimitação claro, não é demarcada com rigor em toda a sua extensão, subsistindo uma margem de indeterminação, cuja regulação depende do grau de sintonia ou de divergência entre o

Presidente da República e o Primeiro-Ministro, do "modus vivendi" entre eles estabelecido e das relações de força políticas de cada situação.

Mário Soares possuía uma visão própria sobre o papel do Presidente num regime semi-presidencial. Para Soares (1987), o Presidente não é um mero símbolo desprovido de poderes, neutral, asséptico. É portador de um projecto nacional, mais ou menos explicitado no momento da sua eleição, devendo ser, por isso, protagonista na formação dos grandes "desígnios nacionais". Soares considera que não é ao Presidente que compete conduzir o jogo político, mas tão-só arbitrá-lo segundo as regras constitucionais. Contudo, segundo Soares, a acção do Presidente não deixa, por isso, de ser política ou menos determinante no plano nacional. Soares considerava, aliás, que os poderes do Presidente da República são "vastos e diversificados", exemplificando com o poder de "fiscalização preventiva da constitucionalidade dos diplomas, os vetos, a magistratura de influência, as Presidências Abertas, as palavras deixadas cair oportunamente, ou certas omissões e silêncios pesados" (Avillez 1997). No prefácio ao primeiro volume de "Intervenções", Soares afirma as suas ideias quanto ao conteúdo das funções presidenciais:

"Sempre afirmei que o essencial da magistratura presidencial se não resume tão só ao conteúdo das alíneas das suas competências constitucionais, mas também à forma como exerce, todos os dias, em público e nos seus múltiplos contactos privados, a autoridade, política e moral que é a sua e que resulta de ser o único órgão de soberania unipessoal, eleito directamente pelo conjunto dos cidadãos eleitores".
(Soares, 1997:12)

Soares contornou as limitações que a Constituição da República impõe ao regime semi-presidencialista, criando uma estratégia de comunicação. Essa estratégia, à qual imprimiu um estilo muito pessoal, associada à circunstância de se verificar, pela primeira vez no regime constitucional português, um sistema de "coabitação" entre um Presidente e um Governo oriundos de partidos diferentes, fizeram dele um foco de atenção permanente dos media.

Os estudos sobre gestão da informação e estratégias de comunicação, nomeadamente os de Pfetsch, (1998), Manheim (1991,1998), Patterson (1994,1996,1998), Franklin (1994), não abrangem países de sistema semi-presidencialista, como é o caso dos

sistemas português ou francês. Por outro lado, esses estudos incidem sobre o executivo - o Presidente, no caso dos EUA, o governo, nos casos alemão e britânico. Não abrangem, assim, na Alemanha, o Presidente da República e no Reino Unido, o Chefe de Estado (a rainha). Daí que se torne difícil encontrar modelos teóricos de referência para a análise da estratégia de comunicação do Presidente da República, em Portugal. Contudo, essa análise reveste-se de particular importância para a compreensão da Presidência Aberta que constitui um dos objectivos do presente trabalho.

Autores franceses, como Bosséno (1981), Abélès (1989), Champagne (1984,1990), Schwartzberg (1998), entre outros, debruçam-se sobre comunicação política e, pelo menos nos casos de Bosséno e Abélès, existem referências aos rituais de comunicação usados por Mitterrand, os quais, todavia, não permitem conclusões sobre a estratégia de comunicação do Presidente francês.

Abélès considera que a emergência das novas formas de comunicação política não apagaram algumas práticas ligadas a uma determinada concepção da vida pública e que os media favorecem o aparecimento de novas formas de ritual que associam referências antigas com procedimentos modernos. Mitterrand e a sua maneira de assumir e exercer a função de chefe de Estado mostram, para o autor, como os rituais se encontram presentes nas diversas cerimónias que compõem os programas de visitas, inaugurações, comemorações, etc., dos homens políticos. Este autor descreve, pormenorizadamente, os diversos programas de visitas oficiais do Presidente francês, os quais possuem grande semelhança com os programas de Mário Soares e Jorge Sampaio. De facto, aí se encontram as mesmas cerimónias: o acolhimento, a passeadeira vermelha, a revista às tropas, as sessões formais, os discursos da praxe, as condecorações aos notáveis da terra, as inaugurações com o seu ritual próprio, (descerramento da lápida ou corte da fita, benção eclesiástica, palmas dos circunstantes), as caravanas de jornalistas que acompanham a visita, os encontros com a imprensa, num esquema que se repete.

Por seu turno, Bosséno (1981), num texto sobre a investidura de Mitterrand, afirma que o Presidente utilizou essa cerimónia como símbolo de fundação de uma nova era que se traduziu na introdução de novos rituais republicanos e dos seus símbolos. Segundo o autor, Mitterrand possuía a rara capacidade de, ao mesmo tempo, cultivar a imagem de um homem do povo e de um homem solene e distante, com uma dimensão meio sagrada meio profana, que lhe conferia o carisma que ele cultivava. Christian Dupavillon, organizador da cerimónia, citado por Bosséno (1981:176), escreve que "essa cerimónia

mostra que os socialistas, uma vez chegados ao poder, sentiram necessidade de uma legitimação através do símbolo, da legitimidade obtida nas urnas".

A estratégia de comunicação dos Presidentes da República, em Portugal, não foi ainda objecto de estudo por parte de investigadores ou académicos. Essa circunstância explica, talvez, as dificuldades na compilação de dados indispensáveis a um trabalho desta natureza. Por outro lado, não existe em Portugal a prática, frequente noutros países, de jornalistas e assessores de figuras políticas escreverem memórias ou relatos das suas experiências. Esses testemunhos seriam de extrema utilidade como são, por exemplo, os livros de Crouse (1972), Hess (1984), Ritchie (1991), Cronkite (1999), nos EUA, Ingham (1991) e Franklin (1994) no Reino Unido. Estes factos, aliados à já referida dificuldade em encontrar estudos sobre estratégias de comunicação política em sistemas semi-presidencialistas, focados na figura de um Chefe de Estado não executivo, tornam este trabalho, por um lado, aliciante, mas, por outro, necessariamente incompleto.

Para a análise da estratégia de comunicação de Mário Soares foram utilizados, essencialmente, os seus discursos, entrevistas e os textos que escreveu como prefácios para os dez volumes onde reuniu esses discursos, além da agenda diária relativa aos primeiros e últimos anos de cada mandato (1986/87; 1991/2; 1995/96) e de entrevistas de Mário Soares a jornalistas nacionais e estrangeiros.

Soares desempenhou as funções de Presidente "com paixão e com empenho" (Soares, 1986) tendo sido, muitas vezes, confrontado com as diferenças entre a sua interpretação dos poderes presidenciais e a do seu antecessor, Ramalho Eanes. Em 1986, numa entrevista ao "Die Welt", Soares atribuiu essa diferença ao facto de Eanes pretender "ser chefe de um partido", ao contrário de si próprio, dizia Soares, que, tendo sido líder de um partido não contava "voltar a sê-lo".

A estratégia de comunicação de Mário Soares é inseparável dos seus discursos, a maioria dos quais publicou em 10 volumes a que chamou "Intervenções". Cada volume contém um prefácio de sua autoria, onde analisa e reflecte sobre a situação política nacional e internacional, que constituem fontes essenciais para a compreensão do seu pensamento e da sua estratégia de comunicação. Soares quis reunir os seus discursos porque, segundo escreveu no Prefácio do primeiro volume:

"...a comunicação social, como quase sempre acontece, não tem tempo nem espaço para dar mais do que resumos breves dos discursos - e, frequentemente, por isso, deixa escapar o essencial das mensagens. Daí a ideia de reunir em volume os textos mais significativos, porque deles resulta uma linha de orientação e de intervenção que gostaria viesse a ser entendida com clareza..." Soares (1987:11-12)

Soares era um profundo conhecedor e estudioso da História (possui uma licenciatura em Ciências Históricas e Filosóficas tirada na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa em 1951 e outra em Direito tirada na Faculdade de Direito de Lisboa, em 1957). A dimensão histórica e simbólica do cargo de Presidente da República eram, para ele, de grande importância. Numa entrevista aos jornalistas Adelino Gomes e Jorge Gonçalves, da RDP Antena 1, em Dezembro de 1986, Soares acentua essa dimensão:

"Entendo que a função de Presidente da República deve ser prestigiada ao máximo, porque é uma função emblemática para o País. O Presidente é, de alguma maneira, um símbolo, de algum modo comparável ao Hino Nacional e à Bandeira. E, portanto, um símbolo de referência para todos os portugueses, razão pela qual não deve ser polémico" (Soares 1987:24)

Embora afirmasse não desejar sacralizar a função, Soares entendia que certas regras deviam ser respeitadas. Na citada entrevista à Antena 1, invocou o exemplo de outros países, em que os chefes de Estado, "quer sejam presidentes, quer reis, podem ser vistos a andar de bicicleta ou a passear-se pelas ruas", afirmando que, "como cidadão normal" vai às livrarias, compra livros, corta o cabelo na barbearia, etc.. Soares invocava frequentemente as suas referências republicanas, recolhendo inspiração em Teófilo Braga, Teixeira Gomes, António José de Almeida e Bernardino Machado. Na mesma entrevista à Antena 1 da RDP, Soares exemplificou:

"A cadeira onde me sento, com leões...pode ver-se nos retratos de Teixeira Gomes, de Bernardino Machado e de António José de Almeida. Essa cadeira estava no sótão da Presidência. Mande-a pôr ali por ser a cadeira dos velhos Presidentes" (Soares, 1987:206).

Mário Soares não era facilmente enquadrável em qualquer plano estratégico delineado por membros do seu "staff" ou por especialistas externos à Presidência da República. Agia segundo a sua própria intuição, embora trocando, permanentemente, ideias e acolhendo sugestões de alguns membros do seu "staff" e de amigos, entre os quais

alguns jornalistas com quem possuía relações pessoais de amizade. Nos almoços que realizava semanalmente com alguns assessores, Soares ouvia-os sobre a situação política e solicitava previsões para o futuro próximo⁴⁹. Nesses encontros, Soares gostava de ser informado sobre os contactos dos assessores com políticos e jornalistas e sobre as análises que uns e outros faziam sobre a situação política, em geral e o governo do PSD, em particular. Aí se delineavam estratégias que passavam, por exemplo, pela realização de iniciativas como encontros do Presidente com jornalistas ou temas para discursos. O Presidente solicitava tópicos para discursos como a "Mensagem de Ano Novo", o "25 de Abril", o "5 de Outubro", mensagens de Natal destinadas a emigrantes, entre outros. Embora raramente utilizasse textos totalmente escritos por assessores, aceitava sugestões de alterações aos seus próprios textos.

Quando se tratava de aparecer na televisão, em entrevistas de fundo ou para leitura das mensagens acima referidas, Soares solicitava opinião sobre a cor do fato e da gravata que deveria usar. Contudo, a escolha final era sempre sua.

1. 1. Mário Soares, os media e o jornalismo

Mário Soares possuía uma filosofia e um pensamento sobre os media e sobre o papel do jornalista nas sociedades contemporâneas. A relação que estabeleceu com os jornalistas constituiu, aliás, um elemento importante da sua ligação com os portugueses. O Presidente não perdia uma oportunidade para estabelecer com eles laços de proximidade, cultivando amizades com muitos jornalistas, a quem nunca recusava uma conversa pessoal, ou por telefone. Mário Bettencourt Resendes, Maria Elisa, Margarida Marante, Miguel Sousa Tavares, Teresa de Sousa, Vicente Jorge Silva, Víctor Cunha Rego, entre os nacionais, Jean Daniel, Dominique Pouchin, André Pautard, Anne Sinclair, Martha de La Cal, Peter Wiese, Mário Dujisin, entre os estrangeiros, são alguns com quem travou laços de amizade⁵⁰.

⁴⁹ Os assessores presentes eram em geral da área política, da comunicação social, cultura e o seu chefe da Casa Civil. Os almoços realizavam-se às 5^{as}. feiras, no Palácio de Belém ou em restaurantes da zona. O restaurante mais frequentado era o Nobre. O proprietário reservava, geralmente uma sala discreta, dado que o restaurante era muito frequentado pela chamada classe política. (Serrano, Estrela 1986-1996, Arquivo Pessoal)

⁵⁰ Numa entrevista ao magazine Brill' Content, especializado na crítica dos media, o Presidente Clinton, reflectindo sobre como as coisas mudaram desde o tempo de Kennedy – em que ser amigo do Presidente era, para um jornalista, em muitos círculos, como possuir uma condecoração – Clinton recusou responder

Soares organizava, frequentemente, encontros e almoços de trabalho com jornalistas, em Belém ou em restaurantes e aceitava, praticamente, todos os convites dirigidos por associações de jornalistas para estar presente em iniciativas, escrever textos sobre os mais diversos assuntos, possuindo amigos nos principais jornais portugueses e estrangeiros. Os jornalistas retribuíam-lhe a amizade, não deixando de comparecer às iniciativas presidenciais, concedendo-lhe espaço e tempo nos respectivos órgãos de comunicação social, sempre que, por sua vez, o Presidente manifestava interesse em pronunciar-se sobre determinados temas ou pessoas. Soares ocupava muito do seu tempo escrevendo artigos para jornais portugueses e estrangeiros, por vezes durante viagens de avião. Por seu turno, os jornais disputavam a sua colaboração para que escrevesse, praticamente, sobre o que quisesse⁵¹. Só em 1993, ano em que realizou a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, escreveu vinte depoimentos sobre figuras públicas, saídos em jornais, catálogos de exposições, programas, publicações especiais e tertúlias, publicados no volume 8 de “Intervenções”.

à pergunta sobre qual era o seu colunista preferido, porque o seu assessor de imprensa lhe disse que qualquer elogio a um colunista lhe arruinaria a carreira. (Brill's Content, Fevereiro 2001).

Quadro 7
Artigos publicados em 1993

Publicação	Tema
Público	16 de Março
Diário de Notícias	Álvaro Cunhal
Boletim	António Barata
Fotobiografia	António Pedro
Homenagem	Azeredo Perdigão
Jornal de Letras	Casais Monteiro
Órgãos de comunicação social	Conde de Barcelona
Jornal de Notícias	Francisco Ramos da Costa
Prefácio para Antologia	Frederico Mayor
Expresso	Jorge Campinos
Programa de espectáculo	José Afonso
Catálogo de exposição	Keil do Amaral
Texto para Livro	Lisboa
Boletim	Livros e Literatura
Órgãos de comunicação social	Manuel da Fonseca
Álbum	Miguel Torga
Fotobiografia	Natália Correia
Público	Salgado Zenha
Público	Salvador Allende
Conversas no Martinho da Arcada	vários

Fonte: Soares, (1994) "Intervenções 8 ,Lisboa", Imprensa Nacional Casa da Moeda

Quando terminou o seu último mandato, Soares possuía convites para se tornar colaborador regular dos principais jornais portugueses e canais de televisão. O Diário de Notícias, o Público, o Expresso, a SIC e a RTP, contam-se entre os que o convidaram e com os quais tem colaborado. A crónica semanal que escreve no Expresso desde a sua eleição como deputado ao Parlamento Europeu em 1999, a série "Os Anos do Século" que dirigiu para a SIC, transmitida em 1998/9 e as entrevistas com personalidades internacionais que fez para a RTP, em 1999, são exemplos dessa colaboração.

Livre das tarefas governativas que durante o tempo em que exerceu as funções de Primeiro Ministro lhe granjearam duras críticas por parte dos media noticiosos, Soares-Presidente empenhou-se em mostrar o lado humano da sua personalidade, a bonomia que todos lhe reconheciam e a facilidade de relacionamento com as pessoas. O "slogan"

⁵¹ Serrano, Estrela, (1986-1996) Arquivo pessoal

"Soares é fixe" acompanhou-o durante os dez anos de presidência, em todos os sítios onde se deslocava, além de outros, como "o bochechas", objecto de numerosas caricaturas que criaram laços de amizade e de ternura entre ele e os mais novos.

Num artigo publicado no Diário de Notícias, em 8 de Março de 1996, véspera da posse do Presidente Sampaio, Mário Mesquita escreve:

"o exercício presidencial de Mário Soares não se mede apenas, de forma aditiva, pelo relatório e contas dos actos políticos praticados. A personalidade de Mário Soares, configurada pelas suas múltiplas intervenções públicas ou mediáticas, projectou-se como um todo e permitiu a cada português a ilusão de um diálogo directo com o Presidente".

No início do seu primeiro mandato, e após 10 anos de uma presidência de perfil militar protagonizada por Ramalho Eanes, foram infrutíferas as tentativas, sobretudo por parte da recém nomeada Casa Militar, para fazer de Soares um Presidente um pouco à imagem de Eanes, corrigindo, por exemplo, a sua pouca habilidade para passar revista às tropas em parada e adoptar outras posturas formais. Soares trocava, frequentemente, os nomes das patentes militares, podia apertar a mão a um soldado em vez de a um oficial e, se lhe chamavam a atenção, assumia o engano e pedia desculpa com a maior naturalidade. As suas "gaffes" eram conhecidas e glosadas. Por vezes, irritava-se, mas cedo percebia que, perante a opinião pública, isso funcionava a seu favor.

Os jornalistas que o acompanhavam nas suas deslocações presenciavam as constantes quebras de protocolo, as fugas às regras de segurança. Os fotógrafos deliciavam-se com o seu hábito de experimentar os chapéus que lhe ofereciam, descalçar os sapatos por debaixo da mesa, ou adormecer no meio de sessões solenes e escorregar no sofá durante audiências. As "sestas", depois do almoço, eram uma das suas facetas mais populares. Alfredo Cunha, um dos seus fotógrafos oficiais, recorda:

"As sessões solenes depois do almoço eram fatais. Era certo e sabido que o Presidente adormecia na cadeira e que eram essas as imagens que iam aparecer nas televisões e nos jornais. A certa altura, combinei com ele que quando começasse a fechar os olhos eu disparava o "flash" da máquina fotográfica para o despertar. A princípio deu

*resultado, mas depois abria os olhos dava-me uma piscadela e tornava a fechá-los. Era inelutável!"*⁵²

Em calções, de barco na descida do Douro, montado numa tartaruga, nas Seychelles, num elefante na Índia, na praia cumprimentando uma jovem em "topless", ou mudando de camisa dentro da viatura oficial entre dois momentos de uma visita, Soares era um modelo inesgotável para os fotógrafos. As suas imagens correram o País (algumas correram o mundo, como a da tartaruga nas Seychelles e a do "topless" no Algarve).

Soares conquistou ao longo dos seus mandatos uma espécie de impunidade em que tudo lhe era permitido. Mesmo os seus opositores políticos o reconheciam talhado para a função presidencial. Em 1998, o Embaixador de Portugal em Viena, Xerman de Macedo, de tendências assumidamente monárquicas, dizia que os portugueses se identificavam com Soares e com a sua permanente boa disposição e informalidade, acrescentando que a limitação do número de mandatos presidenciais, a dois, era “contra a vontade do povo” que, em seu entender, queria “continuar a ter Soares como Presidente”⁵³. Mário Soares reconhecia o consenso que se estabeleceu à sua volta. Numa entrevista ao Diário de Lisboa, em 1990, conduzida por Mário Mesquita, questionado sobre se esse consenso não se tornava algo incómodo, Soares considerou-o "um facto novo", relacionando-o com o "estilo de actuação, a prática da tolerância, a isenção e o respeito pelas ideias dos outros". Nessa entrevista, Soares considera-se "uma referência democrática não polémica", "afectiva, de tipo moral e político" de que, em sua opinião, as pessoas necessitavam, "num mundo inseguro e de crise de valores"⁵⁴.

A análise dos discursos de Mário Soares mostra uma permanente preocupação como o jornalismo, tema presente na grande maioria dos seus discursos e objecto de referência em todas as suas reflexões sobre a Presidência Aberta. Soares dirigiu-se frequentemente a plateias de jornalistas, muitas vezes de improviso, em sessões para que era convidado, ou através de mensagens quando não podia estar presente. O Presidente escrevia os seus próprios discursos, aceitando, por vezes apenas tópicos, que nem sempre seguia. Não existia, aliás, no seu “Sta.” a figura do “speech writer”.

⁵² Cunha, Alfredo (2000) Comunicação pessoal

⁵³ Serrano, Estrela (1998) Comunicação pessoal, Viena, Austria

⁵⁴ Soares, Mário, (1991), *Intervenções 5*, Imprensa Nacional Casa da Moeda, entrevista ao Diário de Lisboa, publicada em 17 e 18 de Abril de 1990

Em Novembro de 1986, oito meses depois da sua eleição, Soares preside ao II Congresso dos Jornalistas Portugueses, dirigindo-se aos jornalistas, pela primeira vez, na sua qualidade de Presidente da República.⁵⁵ Trata-se de um discurso marcado pela preocupação com os desafios da "revolução tecnológica", com referências ao "aparecimento inelutável de televisões privadas", à necessidade de observar "as soluções equilibradas encontradas em alguns países da Comunidade Europeia" no que se refere à criação de "um quadro institucional" que, "garantindo a liberdade de informação e o pluralismo, assegure, ao mesmo tempo a independência perante grupos de pressão políticos e económicos". Soares elogia a escolha da deontologia profissional como tema do Congresso, referindo-se à "responsabilidade cívica e social" dos jornalistas que, em seu entender, "tem de ser pautada por rigorosos princípios de natureza ética e deontológica. O Presidente considera que "só assim a informação será a voz dos cidadãos e da sociedade contra os abusos e arbitrariedades dos vários poderes". Trata-se de um discurso de enquadramento institucional em que Soares sublinha a importância dos jornalistas na sociedade.

No prefácio do volume 3 de "Intervenções", escrito em Fevereiro de 1989, ou seja, no terceiro ano do primeiro mandato, Soares expõe, de uma maneira mais clara, o seu pensamento sobre o papel da comunicação social:

“Contra as tendências unanimistas, onde quer que se manifestem (...) importa mobilizar a Comunicação Social, como quarto poder, que efectivamente é, e deve ser. Por isso, é tão importante assegurar-lhe um estatuto de verdadeira independência, quer se trate de Comunicação Social estatizada – que, cada vez mais, tende a desaparecer nas democracias pluralistas – quer privada. O fundamental, porém, é que seja efectivamente livre e responsável, para poder exercer a sua função informativa, crítica e fiscalizadora, e que saiba estar interessada nas grandes questões nacionais e internacionais e nas grandes causas humanas do tempo que vivemos. Comunicação Social que para ser livre e independente não pode tão só traduzir o poder do dinheiro, dos partidos ou dos grupos de pressão que, por vezes, a sustentam, mas sim reflectir, graças ao estatuto, à independência e à deontologia dos seus profissionais, as realidades multifacetadas e complexas de cada momento, informando com realidade e rigor, manifestando com isenção a pluralidade das opiniões, a propósito de cada questão de interesse nacional, e suscitando a controvérsia. Aqui também se põe um

⁵⁵ Soares, Mário (1986) "II Congresso dos Jornalistas Portugueses, 12 de Novembro, *Intervenções I* (1997) Imprensa Nacional Casa da Moeda

problema de educação cívica que leva o seu tempo a criar raízes. Civismo que deverá ser estimulado pela educação de base, pelo associativismo, em todas as suas formas e pela organização sistemática – sobretudo na televisão e na rádio – de debates públicos, designadamente frente a frente entre responsáveis. (Soares 1989:23-24)

Este discurso não pode ser desligado do momento político em que Soares o escreve. De facto, o Presidente encontrava-se a um ano do final do primeiro mandato e as suas posições públicas não assumiam ainda o carácter crítico de que se vêm a revestir no segundo mandato. Nesse prefácio, Soares disserta, longamente, sobre os desafios que se colocam ao País após o desaparecimento, em Dezembro de 1992, na Comunidade Europeia, das barreiras proteccionistas e interroga-se sobre como irá Portugal reagir a esse choque, conhecidos os "bloqueios estruturais" e os "índices de subdesenvolvimento" existentes. Soares espera, assim, dos jornalistas, não apenas que informem a sociedade mas também que a critiquem e fiscalizem.

Soares não escondia a sua simpatia pela profissão de jornalista, evocando a sua experiência como colaborador de jornais estrangeiros quando, no exílio em França, fazia oposição activa ao regime de Salazar.⁵⁶

A entrevista concedida ao Diário de Lisboa, em Abril de 1990, constitui um documento essencial para conhecer o seu pensamento sobre o jornalismo e compreender como a sua experiência anterior de contacto com os media internacionais marcou, indelêvelmente, a sua estratégia de comunicação como Presidente da República. Nessa entrevista, Soares refere-se às "grandes relações" que travou com jornalistas internacionais, relatando os processos que usava para "passar" "informação sobre o que acontecia em Portugal". Dizia Soares ao Diário de Lisboa:

"A pouco e pouco transformei-me numa espécie de referência para os jornalistas. A partir de 1965, quando um jornalista estrangeiro vinha a Portugal fazer uma reportagem era certo que ia ao meu escritório (...). Tive muitos dissabores por causa disso... A partir do momento em que fui para o exílio, procurei intensificar os contactos com os jornais estrangeiros, principalmente franceses e italianos, mas também de

⁵⁶ Serrano, Estrela, (1986-96) Arquivo pessoal

língua inglesa e espanhola (...) O Estado de S. Paulo ajudou-me bastante naquele tempo. Colaborava regularmente com vários órgãos, com artigos sobre Portugal (...)"⁵⁷

Mercê dos contactos estabelecidos com a imprensa internacional durante o período de oposição ao regime, Soares conhecia os mecanismos do funcionamento da imprensa, não se tendo coibido, na entrevista ao Diário de Lisboa, de apresentar uma justificação para o tratamento negativo que o Le Monde lhe dedicou, depois de 1974:

"Eu, antes da Revolução, considerava o Monde como uma Bíblia. Lia-o com o respeito de quem está a conhecer a verdade. Depois, passei a interrogar-me se nos outros países não se terá passado algo de semelhante. Vim a saber que os espanhóis e os latino-americanos também têm as suas queixas relativamente ao Monde. Penso que tudo isso tem a ver com os correspondentes. Considero um grande erro que os correspondentes de jornais estrangeiros sejam nacionais do país em que se encontram e que, sobretudo, se deixem envolver emocionalmente na política nacional. É um erro fatal".⁵⁸

Ao referir-se ao relacionamento entre os políticos e os jornalistas, Soares foca, uma vez mais, a sua experiência pessoal:

"(...) não me isento de culpas no relacionamento com a imprensa. A autocrítica que faço é que, algumas vezes, como quase todos os políticos, não resisti à tentação de instrumentalizar a imprensa (...) Estava numa luta difícil, de vida ou de morte política. Foram empregues contra mim, muitas vezes, armas de grande eficácia e eu, evidentemente, procurava defender-me a atacar, utilizando o mesmo tipo de armas. Em momentos difíceis, fiz fogo com o material que tinha à mão. Nesse sentido, não me isento de culpas, que as tenho e grandes, em matéria de relacionamento com a comunicação social."⁵⁹

Soares aconselha os políticos a compreenderem que a imprensa tem o dever de contestar o poder, porque, em sua opinião, a liberdade alicerça-se na contestação do poder. Para o Presidente, "quem tem o poder ou uma parcela de poder é normal que seja objecto de contestação". Os políticos devem ter, afirma Soares, em relação a essa realidade, "pele de elefante, não podem ser particularmente sensíveis". Soares confessa que já é capaz de

⁵⁷ Soares, Mário, (1990) entrevista ao Diário de Lisboa, *Intervenções* 5 (1991:427-428) Imprensa Nacional Casa da Moeda

⁵⁸ Op. cit p. 430

⁵⁹ Op. cit. P. 431-432

ler um artigo contra si, "mesmo feito com má fé ou desonestidade intelectual (...) sem ficar especialmente irritado."⁶⁰

A televisão pública foi alvo de críticas de Mário Soares, tendo sido objecto de uma Mensagem à Assembleia da República, em Junho de 1991, início do seu segundo mandato. Conforme afirmou no texto dessa mensagem, tratou-se de uma promessa feita durante a campanha eleitoral, pela “convicção – confirmada por protestos públicos vindos de quadrantes diferentes – de que o pluralismo e a isenção não estavam a ser suficientemente observados em órgãos de comunicação social do sector público”. Soares, propõe à Assembleia “uma reflexão sobre a melhor forma de assegurar o pluralismo na comunicação social”. O Presidente relaciona a aproximação das eleições legislativas com o que considera ser a “governamentalização da RTP” e a “manipulação dos telejornais”, que afirma ser uma “prática constante indigna de um país democrático membro da Comunidade Europeia”.⁶¹ Com um governo de maioria absoluta e uma situação de monopólio da televisão, Soares não considerava garantido o acesso dos partidos da Oposição a esse importante órgão de comunicação social, o que, em situação pré-eleitoral, se tornava, em sua opinião, especialmente gravoso para a democracia. Sem “recorrer a uma enumeração de factos concretos” o Presidente aponta, nessa Mensagem, “as queixas mais comuns”:

*“incoerência dos critérios jornalísticos e o desequilíbrio da sua aplicação em relação ao Governo e aos partidos de Oposição; o sistemático tratamento das iniciativas destes partidos em horários e blocos noticiosos de menor audiência; a utilização de técnicas de montagem que desvalorizam a capacidade de comunicação e a presença dos intervenientes (...) a omissão ou a minimização de iniciativas sociais independentes do Governo ou em confronto com ele; a insuficiência de debates sérios sobre os grandes problemas da actualidade; o afastamento de profissionais qualificados e isentos; o recurso a comentadores anódinos ou apenas representativos de franjas marginais da opinião; a chocante discriminação no tratamento das actividades dos diferentes órgãos de soberania”*⁶².

Trata-se de um texto em que o Presidente não se limita a condenar a “governamentalização da RTP” por parte do governo do PSD. Critica aspectos relativos

⁶⁰ Op. cit. P. 432

⁶¹ Soares, Mário, (1991) Mensagem à Assembleia da República, 5 de Junho

⁶² Op. cit.

ao processo de produção jornalística, como sejam os “critérios jornalísticos” de selecção de notícias, a organização dos alinhamentos e a edição das notícias. O Presidente vai mais longe na Mensagem à AR, elogiando o papel dos Conselhos de Redacção e preconizando a sua extensão à televisão e à rádio. Defende a criação de órgãos que funcionem como “tribunal de opinião” e recomenda a reformulação dos Estatutos da RTP.

Na citada entrevista ao Diário de Lisboa Soares expõe, de uma maneira extremamente clara, o seu pensamento sobre o papel da televisão pública, relativamente ao Presidente da República:

*"A figura do Presidente da República -qualquer que ele seja- é emblemática para o conjunto dos seus concidadãos, é um ponto de referência, constitucionalmente representa o País na ordem interna e externa. Os portugueses têm, assim, interesse em saber aquilo que faz, aquilo que diz, e como se relaciona com as pessoas que o visitam, estrangeiros ou nacionais. Como serviço público, a televisão deve noticiar objectivamente as intervenções públicas e as actividades do órgão de soberania unipessoal Presidente da República e não silenciá-las ou apoucá-las com imagens distorcidas."*⁶³

Dois anos depois, em Junho de 1993, numa conferência proferida na Universidade Complutense⁶⁴, Soares reconheceu a tentação de todos os governos (incluindo os seus: 1976-78; 1983-85) na instrumentalização da televisão, considerando-a ainda mais grave quando “coexiste com governos de maioria monopartidária”. Soares reafirmou nessa conferência, o seu apoio à criação de televisões privadas, acabadas de surgir em Portugal, cujo aparecimento representou, em sua opinião, “uma autêntica revolução cultural” que se estendeu a “múltiplos aspectos da nossa vida pública”. Soares referiu-se, também, ao “efeito altamente positivo, por via da concorrência, sobre a televisão pública”, obrigando-a, em sua opinião, a “reconverter-se a um maior pluralismo”. Soares questionou, nesse discurso, a abolição da taxa de televisão decidida pelo governo de maioria absoluta do PSD. Interrogando-se sobre se a televisão pública “deverá ter uma lógica igual à das privadas”, Soares responde negativamente e enuncia os

⁶³ Soares, Mário, (1990) entrevista ao Diário de Lisboa, *Intervenções* 5 (1991:432-433) Imprensa Nacional Casa da Moeda

⁶⁴ Soares, Mário (1993) conferência proferida na Universidade Complutense de Madrid (1994) *Intervenções* 8, p. 129-138

“princípios essenciais que definem o modelo de televisão pública, tal como existe, com êxito, em vários países europeus”.

Trata-se de um discurso de fundo, distanciado da conjuntura política portuguesa, em que o Presidente define uma filosofia para a televisão pública que passa pelo seu financiamento público e não governamental, pelo seu “controlo democrático”, pelos objectivos em que deve “apostar”, contra a “tirania do audiovisual” e a “tentação neoliberal do desregulamento completo do espaço audiovisual” que, em seu entender, “ameaça a sobrevivência das culturas de cada povo”. Soares faz neste discurso a apologia da independência do serviço público de televisão, condenando, veladamente, “a selva de imagens” provocada pela “vertiginosa proliferação da oferta, onde vigora, impune, a lei do mais forte” (Soares, 1993).

Este discurso foi proferido pelo Presidente alguns meses depois da Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, na qual a existência de canais privados de televisão, então acabados de nascer, foi por ele repetidamente saudada. É, aliás, significativa a cronologia das intervenções de Soares sobre a televisão pública: em 1991 o Presidente dirige uma Mensagem à Assembleia da República para criticar a televisão pública. No ano seguinte, surge o primeiro canal de televisão privada (a SIC) e, meses depois, o Presidente inicia a primeira presidência aberta do seu segundo mandato, na Área Metropolitana de Lisboa, na qual, como ele próprio referiu, as televisões privadas “arrastaram” a televisão pública para uma cobertura mais distanciada do governo. Escassos dois meses após essa presidência aberta, o Presidente faz o elogio e a apologia das televisões públicas. Num contexto em que o PSD se encontrava no poder e, portanto, com o controlo da RTP, Soares elogia a televisão privada que, por sua vez, pretendia mostrar independência relativamente ao poder político, como contraponto relativamente à televisão pública.

Mário Soares percebia os mecanismos da informação e alguns dos constrangimentos do trabalho jornalístico. Sabia que a sua presença atraía os media e isso dava-lhe prazer, mas, como político, sentia alguma insatisfação com a preocupação dos media por questões que considerava supérfluas, em detrimento das ideias. Em 1993, numa

conferência proferida em Serralves⁶⁵, avisou a audiência de que, devido ao “período pré-eleitoral”, para o Presidente da República “o silêncio é de ouro” e dirigiu-se aos jornalistas que cobriam a conferência, nos seguintes termos:

“...Senhores Jornalistas, com todo o respeito, estou convencido que a partir de agora não lhes vai interessar, substancialmente, o que irei dizer. Compreendo-vos se saírem, para tratar de coisas mais úteis: não irei abordar temas da actualidade (assuntos políticos escaldantes, “guerrilhas” institucionais ou partidárias, os que geram controvérsia e dão bons títulos para as primeiras páginas) embora possa eventualmente referir temas de actualidade, mas noutro sentido, porque interessam ao futuro e começam a ser debatidos em círculos restritos...” (Soares, 1994:350-1)

Na citada conferência, ao referir “o tempo novo que aí vem”, Soares apresenta uma lista de “complexos problemas”, entre os quais inclui a “informação” e interroga-se:

“Como conseguir que a informação – que hoje chega a toda a gente, instantaneamente, pelas formas mais directas e, ao mesmo tempo, violentas e dramáticas – evite as manipulações políticas e outras, contribuindo para uma formação cívica generalizada de base?” (Soares, 1994:355).

Soares afirma-se convencido de que “iremos legar, não resolvidos” esses problemas, “ao próximo século” e acrescenta que, para lhes fazer frente”, requiere-se imaginação, espírito aberto e inovador, criatividade” (Soares, 1994:356).

Em 1995, num Colóquio realizado na Fundação Calouste Gulbenkian dedicado ao tema “Os Direitos da Pessoa e a Comunicação Social”⁶⁶, falando de improviso na sessão de encerramento, o Presidente comentou a questão da privacidade dos políticos e pronunciou-se contra a “tentação de regular, por lei”, o que chamou de “os limites e o bom senso”. Soares invocou também o “mau gosto e pouco senso” dos media franceses que divulgaram a existência de “uma filha natural” do Presidente da República Francesa, François Mitterrand.

⁶⁵ Soares, Mário (1993) “O Século XX Português, Imagens, Discursos, Figura públicas” , conferência proferida na Casa de Serralves, in (1994) *Intervenções* 8, Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda, p. 349

⁶⁶ “Os Direitos da Pessoa e a Comunicação Social”, Colóquio realizado em Janeiro de 1995 na Fundação Calouste Gulbenkian, (transcrição)

Soares percebeu a importância das relações entre a política e a comunicação social e aproveitou todos os momentos em que isso vinha a propósito para expôr o seu pensamento sobre os media, não de uma maneira sistematizada, mas deixando claro que esse era um sector sobre o qual o Presidente devia dizer uma palavra.

Na citada intervenção de improviso na Fundação Gulbenkian, Soares dissertou sobre as relações entre as fontes e os jornalistas e os “equivocos” daí resultantes, acentuando que a manipulação não provém apenas de “políticos”, mas igualmente de “agentes económicos, religiosos e outros que também têm a tentação de manipularem, ou tentarem servir-se da imprensa de uma maneira favorável aos seus pontos de vista”. Soares diz que a manipulação gera tensões que, “se puderem ser controladas e se existir diálogo entre políticos e jornalistas são geríveis”, acrescentando que “a conflitualidade é própria da democracia”.

Soares mostrava, por vezes, uma visão conspirativa da imprensa, influenciada pelo paradigma da imprensa francófona e da 1^a. República, que raramente aflorava nas suas intervenções públicas, mas que os seus assessores lhe conheciam. O Presidente afirmava que alguns jornalistas possuíam “avenças” com o Governo ou “estavam ao serviço de A ou B”⁶⁷. Quando jornalistas menos conhecidos lhe solicitavam entrevistas, Soares gostava de saber qual a orientação partidária ou ideológica desses jornalistas e, dificilmente, acreditava que não tivessem alguma.

No final da sua intervenção no Colóquio que tenho vindo a citar, Soares não resistiu à tentação de afirmar essa sua visão:

*“Há um ponto para o qual eu gostaria de chamar a atenção de todos (...) trata-se de uma certa promiscuidade não assumida entre jornalistas e a informação originada por profissionais da imprensa que se instalam nos gabinetes dos membros do Governo, dos secretários de Estado, dos membros de todos os cargos políticos e também de empresas. Estabelece-se aí uma certa promiscuidade que tem de ser vista pelos próprios jornalistas com muito cuidado, porque pode dar origem a situações de manipulação (...) muitas vezes chocante e grave.”*⁶⁸

⁶⁷ Serrano, Estrela (1986-96)

⁶⁸ Os Direitos da Pessoa e a Comunicação Social”, Colóquio realizado em Janeiro de 1995 na Fundação Calouste Gulbenkian, (transcrição)

A relação de Mário Soares com os jornalistas e a sua visão sobre os media e o jornalismo são essenciais para compreender a sua estratégia de comunicação e entender aquilo a que Mário Mesquita chamou "estratégia de sedução dos media". Num artigo intitulado "Soares e os Jornalistas, O Paraíso na Terra", Mesquita refere-se à "natureza das relações do Presidente com a comunicação social, ao longo dos dois mandatos em Belém":

*"As concepções de Mário Soares, quando primeiro-ministro, sobre as relações entre a política e os media situavam-se algures na linha de continuidade da herança republicana (a cada chefe partidário o seu jornal) (...) Sem alterar, no essencial, a concepção que possui acerca das relações entre a política e a comunicação social, Mário Soares mudou de estratégia, na fase presidencial, talvez por ter compreendido que o perfil do jornalista moldado pela figura do militante cedeu lugar ao do jornalista-negociador. Por isso trocou, com êxito, certas formas de "pressão" utilizadas nos anos 70-80, com resultados nem sempre eficazes, pelas modernas estratégias de "sedução" dos media".*⁶⁹

No citado artigo, Mário Mesquita cita uma frase do Presidente proferida no Clube dos Jornalistas, para avaliar a sua relação com os jornalistas: "Foi como Deus com os anjos". Afirma Mesquita:

*"Presidente em regime de coabitação, Mário Soares dispunha de excelentes condições para influenciar os media, porque usava, simultaneamente, o fascínio do poder e o apelo do contrapoder. Os jornalistas encontravam pela frente um político que sabia, como poucos, administrar os capitais simbólicos à sua disposição".*⁷⁰

E mais à frente, continua Mesquita:

*«Os media "encenaram" ao longo do período soarista, duas narrativas complementares: o Presidente-monarca recriando a "corte na aldeia" ou o Presidente-cercado-no Palácio pela maioria-laranja, apelando ao "direito à indignação" popular perante o agravamento das condições de vida e do ambiente. Seria difícil avaliar em qual dos dois papéis o actor-político Mário Soares realizou as melhores performances, porque em ambas excedeu as previsões»*⁷¹

Da análise dos discursos, entrevistas e declarações de Soares, conclui-se que possuía uma visão sobre o papel dos jornalistas numa democracia, que o aproximava da

⁶⁹Mesquita, Mário (1996) in Diário de Notícias, 6 de Março (p. 9)

⁷⁰ Op. cit.

ideologia liberal. Com efeito, Soares atribuía aos jornalistas uma função de "guardas" do regime democrático com o dever de informarem os cidadãos e vigiarem o regime. Contudo, Soares não confiava muito no profissionalismo e na independência dos jornalistas. Na prática, utilizando as suas capacidades de comunicador, via os media noticiosos como instrumentos úteis à sua estratégia, criando, frequentemente, ocasiões para intervir publicamente através de declarações e actos que lhe proporcionassem apoio público e uma imagem positiva. A sua estratégia centrava-se, essencialmente, na criação de situações mediáticas e de “pseudo-acontecimentos” em torno da sua pessoa, para atrair os media noticiosos e, através deles, divulgar as suas mensagens. (Pfetsch 1998; Manheim 1998).

A análise das presidências abertas permite aprofundar essa conclusão.

1. 2. A Presidência Aberta como estratégia de comunicação

1. 2. 1. Origens e desenvolvimento da Presidência Aberta

A Presidência Aberta é uma criação de Mário Soares considerada por analistas de todos os quadrantes políticos como uma marca dos seus mandatos.

A concepção que Soares tinha dessa iniciativa encontra-se expressa em textos, discursos e entrevistas publicados durante os seus mandatos, tendo sido objecto de inúmeros artigos e análises publicados em órgãos de comunicação social nacionais e estrangeiros.

Para perceber a concepção de Soares sobre a Presidência Aberta torna-se necessário analisar os prefácios de “Intervenções”, os quais permitem acompanhar a sua génese, desenvolvimento e papel estratégico como instrumento de comunicação com o País.

As presidências abertas foram uma espécie de "ex-líbris" dos seus mandatos, funcionando num ambiente de “campanha permanente” (Franklin 1984, Manheim 1998, Pfetsch 1998), mesmo quando, como foi o caso da Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, o Presidente se encontrava já no segundo mandato e não podia ser reeleito.

⁷¹ Op. cit.

As primeiras reflexões de Soares sobre a Presidência Aberta surgem por ocasião da segunda Presidência Aberta em Bragança e no prefácio do segundo volume de “Intervenções”, publicado em Março de 1988.

No prefácio do primeiro volume de "Intervenções", escrito em Dezembro de 1986, em que Soares faz o balanço de oito meses de mandato, a expressão surge ainda numa perspectiva geral, como filosofia de actuação. Soares usa essa expressão para caracterizar o que chama "concepção de uma presidência aberta, comunicante, nos dois sentidos, em relação à grande massa dos (seus) concidadãos" (1987:11). Aliás, os discursos proferidos pelo Presidente durante a sua primeira Presidência Aberta, em Guimarães, em Setembro de 1986, não foram incluídos no primeiro volume de "Intervenções", prova de que o Presidente não os considerou suficientemente significativos. Contudo, no prefácio de "Intervenções 2", escrito em Janeiro de 1988, a Presidência Aberta surge já como objectivo concreto e alguns dos discursos proferidos durante as presidências abertas em Bragança e Beja preenchem um capítulo do livro. No citado prefácio, o Presidente considera que tem o dever de ajudar as transformações em curso no País e, para isso, precisa de "conhecer bem e nos seus múltiplos aspectos, a realidade portuguesa" e interroga-se:

"Que melhor forma de o conseguir do que conviver intimamente com as populações, ter entrada nos diversos meios sociais, profissionais e etários? (Soares, 1988:28)

E, mais adiante:

"tenho a consciência de que não é fácil. Daí o ter procurado contactar com as pessoas, ouvir, suscitar o diálogo. Esse tem sido um dos objectivos principais do que chamei a Presidência Aberta" (1988:28).

No mesmo texto, Soares acrescenta:

"A Presidência Aberta integra-se na ideia que tenho da função presidencial. Tornou-se um meio importante, especialmente apreciado, graças à sua acessibilidade e calor humano, pelas grandes massas populares" (1988:29)

No citado prefácio ao segundo volume de "Intervenções", Mário Soares volta a referir-se ao entendimento que possui do seu papel como Presidente da República, afirmando sentir o dever de "ajudar, no melhor sentido, as transformações em curso". Para ele, a melhor maneira de o conseguir era "conviver, intimamente, com as populações, ter

entrada nos meios sociais, profissionais e etários." Apesar de considerar "não ser fácil", Mário Soares acrescentava que o objectivo das presidências abertas era, precisamente, "contactar com as pessoas, ouvir, suscitar o diálogo":

"Saindo de Lisboa, convivendo em profundidade com as populações, tenho procurado auscultar os seus sentimentos profundos, os seus anseios, necessidades, problemas".

Na altura da realização da segunda Presidência Aberta, em Bragança, em Fevereiro de 1987, Soares definiu os objectivos que se propunha alcançar, no discurso que proferiu na Câmara Municipal de Bragança:

"Contactar de perto as populações, sendo com elas solidário...auscultar as populações e as forças vivas de cada região.."(Soares 1988:103)

Soares explorou, desde início, a dimensão mediática da Presidência Aberta. Como refere na entrevista ao Diário de Lisboa, em Abril de 1990, atrás citada, Soares considerava que os portugueses têm interesse em saber o que o Presidente diz e faz e, por isso, a televisão pública deveria noticiar as suas intervenções. Para ele, era um dado adquirido que onde o Presidente se deslocasse os media noticiosos estariam presentes. Sem explicitamente o afirmar, Soares assumia-se, pois, como um "valor-notícia", por si só suficiente para atrair os media noticiosos, constituindo estes um elemento fundamental da sua estratégia política.

"Graças à concentração dos meios de comunicação social aqui presentes e que desejo saudar...(pretendo) chamar a atenção de todo o País para a necessidade inadiável de desenvolvimento do tão falado, mas tantas vezes esquecido, Nordeste Transmontano (Soares 1988:103-104)."

A presença de figuras públicas constituía, também, uma mais-valia em termos de cobertura jornalística, factor que o Presidente não deixa de acentuar:

"A presença atenta da comunicação social e a deslocação empenhada de membros do Executivo, deputados, autarcas e profissionais reputados de cada região em que a Presidência se instala tem ajudado imenso, suscitando um movimento de curiosidade e de interesse que é essencial para que o diálogo surja e as novas realidades apareçam aos olhos de todos" (Soares, 1988:29).

No discurso proferido na Câmara Municipal de Bragança durante a Presidência Aberta naquela cidade (a segunda do primeiro mandato), Soares alude à dimensão simbólica da sua primeira Presidência Aberta, em Guimarães, berço da nacionalidade:

"A minha estada em Guimarães inaugurou simbolicamente esta forma de auscultação das populações e das forças vivas de cada região" (Soares, 1988:103).

Em Outubro de 1987, Soares realiza a terceira Presidência Aberta, agora na cidade de Beja. No discurso que então proferiu na Câmara Municipal voltou a referir a dimensão simbólica da figura do Presidente, apresentando a Presidência Aberta como a "sequência lógica" da concepção que possuía das suas funções:

"Venho por bem (, ...) na sequência lógica da concepção que tenho das minhas funções a que chamei "Presidência Aberta"- que anunciei antes de ser eleito e a que me tenho mantido fiel...Presidência Aberta em dois sentidos da expressão: porque desejo tornar directamente conhecidos dos portugueses os passos, os trabalhos, as preocupações e as esperanças de quem procura ser de facto, e não só em palavras, "o Presidente de todos os portugueses" e que, pela força das coisas, é uma referência simbólica da democracia em que vivemos ...e noutro sentido, porque procuro conhecer profundamente as realidades portuguesas nos seus contrastes e singularidades, em especial das regiões periféricas, dando particular atenção às condições de vida dos mais pobres e dos mais carenciados" (Soares 1988:113).

É, contudo, na entrevista ao Jornal de Notícias, publicada em Março de 87, que, mais explicitamente, Soares associa a simbologia do cargo presidencial à Presidência Aberta:

*"Penso que o Presidente é de certo modo um símbolo – como a Bandeira ou o Hino – para o português comum. É importante que o Presidente saiba estar perto do povo (...) Deslocando-me, com alguma demora, a regiões afastadas da capital, procuro enfatizar (ess)a solidariedade e conhecer melhor as realidades de cada região. Procuro também fazê-las conhecer do País em geral, suscitando a curiosidade dos órgãos de comunicação social e a presença simultânea de representantes qualificados de outros órgãos de soberania."*⁷²

Em Março de 1988, Soares efectua uma presidência aberta na Guarda, a quarta do primeiro mandato. Aí voltou a afirmar "o interesse e a valia desta forma de descentralização do poder simbólico e da magistratura de influência que o Presidente da

⁷² Entrevista publicada no "Jornal de Notícias" em 9 de Março de 1987

República exerce". Falando na Câmara Municipal, foi mais longe na expectativa que possuía relativamente ao papel activo da comunicação social:

"(...) a presença dos membros do Governo, dos deputados, de figura públicas notáveis ligadas à Região e, bem entendido, dos órgãos de comunicação social, irá contribuir para as urgentes transformações que estas terras reclamam (...)" (Soares, 1989:149)

Até final do primeiro mandato, Soares realiza mais quatro presidências abertas, (Descida do Douro 1988, Portalegre e Açores 1989, Coimbra, 1990). Em todas manteve o mesmo discurso acerca dos objectivos que o norteavam. Contudo, a Presidência Aberta nos Açores, realizada a convite do Presidente do Governo Regional, Mota Amaral, apresentou a particularidade de ter sido a única realizada fora do território continental e de ter sido acompanhada, em permanência, pelo Ministro da República e pelo Presidente do Governo Regional e dirigente do partido do Governo. No discurso que dirigiu aos açorianos antes do início dessa Presidência Aberta, Mota Amaral caracterizou-a nestes termos:

"Não se trata de uma qualquer visita presidencial.

O Dr. Mário Soares vem estabelecer nestas ilhas a Presidência da República.

Durante quase meio mês, convivendo connosco, dia a dia, o Presidente Mário Soares exercerá nos Açores as funções normais da sua alta magistratura de Chefe de Estado. Serão promulgadas leis.

Conceder-se-ão condecorações.

O próprio Primeiro Ministro virá a despacho.

Os embaixadores estrangeiros acreditados em Lisboa terão audiência colectiva para cumprimentos.

A Presidência Aberta terá ampla cobertura pelos órgãos de comunicação social de âmbito nacional.

Vão estar os Açores, neste período, no centro das atenções da opinião pública"
(Amaral 1990).

Soares considerou a Presidência Aberta nos Açores como o momento em que as suas relações com Mota Amaral regressaram à normalidade, três anos após ter vetado o decreto da Assembleia da República que aprovara a primeira revisão do Estatuto Político-Administrativo dos Açores, em Agosto de 1986. Este episódio, que envolveu a questão dos símbolos nacionais e regionais e ficou conhecido como "a guerra das bandeiras", motivou um arrefecimento nas relações entre o Presidente da República e o

Governo Regional dos Açores (Avillez:1997:34-35). Contudo, como refere Soares, "com a subtil inteligência política que o caracteriza", Mota Amaral percebeu que tinha, afinal, no Presidente, um aliado, desde que "a linha-limite da unidade nacional fosse, em absoluto, respeitada" (Avillez 1997:83). Mota Amaral percebeu claramente que, associando-se à Presidência Aberta, beneficiaria da exposição pública (mediática) nacional que o Presidente lhe proporcionaria. Por outro lado, a "situação tensa" (Avillez 1997:77) vivida entre o Presidente do Governo Regional e o Ministro da República, tornou essa presidência aberta duplamente atractiva para os media noticiosos. Daí a referência de Mota Amaral à presença dos órgãos de comunicação social de âmbito nacional e à sua previsão de que os Açores estariam, nesse período, no centro das atenções da opinião pública.

Essa tensão é, aliás, referida por Soares na entrevista a Maria João Avillez, em 1997:

"Houve uma circunstância pitoresca: nunca me deslocuei, em qualquer das nove ilhas, sem ser escoltado, numa marcação homem a homem, implacável, pelo Ministro da República e pelo Presidente do Governo Regional. Nenhum deles me deixou sozinho com o outro" (1997:77)

No final da Presidência Aberta nos Açores, Soares agradeceu a maneira como foi recebido e não esqueceu, uma vez mais, os órgãos de comunicação social:

"Pela comunicação social - a quem agradeço o tão importante trabalho realizado - os portugueses e muitos estrangeiros viveram de perto os problemas, as dificuldades e as expectativas dos portugueses dos Açores e ficaram a conhecer melhor a realidade açoreana" (Amaral 1990).

Soares realiza, ainda no primeiro mandato, uma Presidência Aberta em Coimbra, em Junho de 1990, a última desse mandato. Ao fazer o balanço das presidências abertas realizadas no primeiro mandato, Soares recorda como surgiu essa ideia:

"Foi uma ideia que me surgiu e que fui aprofundando em virtude da experiência dos contactos populares ocorridos durante as campanhas eleitorais, mas agora com uma intenção exclusivamente nacional. Se não estivesse tantas vezes mergulhado no País real, percorrido inúmeras vezes Portugal, contactando exaustivamente as populações e conhecido as pessoas, é possível que nunca me tivesse ocorrido tal ideia" (Avillez 1997:72).

No dia 13 de Janeiro de 1991, Soares é reeleito Presidente da República por 70,4% dos votos. Na Declaração que dirigiu à Comissão de Honra da sua candidatura, em

Dezembro de 1990, Soares incluiu um capítulo sobre a Presidência Aberta, onde a define como "a criação de espaços de debate, de participação organizada e de permanente avaliação das políticas". Soares afirma nesse documento que "não basta conhecer as diferentes camadas da população - as suas carências, aspirações e dificuldades - ou destas poderem livremente contactar com o Presidente". Segundo diz, "importa ir um pouco mais além". Por isso, afirma-se disposto a "trabalhar com todos os que queiram conjugar esforços e recursos para aprofundar as questões políticas e as estratégias de modernização, mediante fórmulas criativas e eficazes".

Soares propunha-se, pois, no segundo mandato, aprofundar as presidências abertas, não se limitando a conhecer os problemas e a proporcionar o contacto das populações com o Presidente (como acontecera no primeiro mandato).

Em Setembro de 1992, em Viana do Castelo, Soares realiza a primeira presidência aberta do segundo mandato. Meses depois, em 30 de Janeiro de 1993, inicia a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, a mais polémica de todas quantas realizou. A sua análise detalhada é feita no capítulo III.

Em Abril de 1994, Soares realiza a última Presidência Aberta, dedicada ao tema "Ambiente e Qualidade de Vida". Tratou-se da única presidência "temática" realizada por Soares, sobre um tema que constituiu uma referência frequente nos seus discursos durante o segundo mandato. Numa conferência realizada em 1993, destinada a efectuar um balanço da Conferência do Rio, (ECO 92), Soares refere-se já a essa Presidência Aberta. Aí regressa aos princípios que nortearam as presidências do primeiro mandato, afastando aquilo que chama de "potiquice":

«Pretendo chamar a atenção do País inteiro, através dos meios de comunicação social, para as carências que existem e também para as realizações. Ir visitar sítios significativos, mostrar a situação tal qual é, conhecer o sentimento das populações nessas matérias, falar com as pessoas mais simples e envolver as Universidades nessa temática, eis o meu objectivo, evitando a política, ou melhor, a "politiquice" (...)»
(Soares, 1993:151).

A circunstância de a Presidência Aberta sobre o Ambiente ter tido lugar cerca de um ano após a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, num momento em que

começavam a surgir notícias de que o Presidente manifestava, em privado, um sentimento crítico em relação à maneira como o partido Socialista se acomodava na oposição ao Governo, não é alheia ao clima de consenso e entendimento político entre o Presidente e o Primeiro Ministro, Cavaco Silva. Segundo uma notícia publicada no Expresso, em 12 de Maio de 1994, "a passividade do líder do PS obrigou Soares a mudar de estratégia", pelo que optou", claramente, pelo princípio da coabitação pacífica com o Governo", evitando "nos últimos tempos, atitudes idênticas às que vinha ensaiando"⁷³. Esse clima de entendimento entre o Presidente e o Governo é referido também pelo Primeiro Ministro Cavaco Silva ao vespertino "A Capital", em 23 de Março de 1994, ao afirmar que o Presidente teria a colaboração dos ministros do Ambiente e do Planeamento e acrescentando:

*"Já tive ocasião de visitar os chamados pontos negros do ambiente no nosso País (...) e é bom que o senhor Presidente da República possa ajudar a chamar a atenção, de forma ainda mais forte, para essas situações"*⁷⁴

Soares nunca assumiu, contudo, qualquer mudança de estratégia, da sua parte, relativamente às presidências abertas. Pelo contrário, atribuiu essa mudança ao Governo, conforme afirmou a Maria João Avillez:

"Sempre quis que as presidências abertas fossem consensuais, como aliás, tinham sido até então. Na Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa o Governo repentinamente assustou-se, pôs-se de fora, recusando-se a participar. Essa circunstância suscitou, como é óbvio, reacções e críticas de diversos sectores. A única excepção foi o Ministro Ferreira do Amaral, que decidiu acompanhar-me...ao contrário dos seus colegas que, amuados, primaram pela ausência...Na Presidência Aberta do Ambiente, o Governo aprendeu a lição e não voltou a cometer o mesmo erro. Tanto melhor!" (1997:270)

Apesar do carácter aparentemente consensual da última presidência aberta, o Congresso "Portugal que Futuro", organizado em Maio de 1994 por "um grupo de independentes" do qual faziam parte figuras "próximas" do Presidente⁷⁵ - visto como um meio de

⁷³ Expresso, "Soares queixa-se de Guterres", 12 de Maio de 1994, (p. 1 e 3)

⁷⁴ A Capital, 23 de Março de 1994 (p. 4)

⁷⁵ O Congresso "Portugal que Futuro", realizado em Maio de 1994, foi organizado pelo Comandante Gomes director das duas campanhas presidenciais de Mário Soares, Rui Alarcão, reitor da Universidade de Coimbra, José Mattoso, historiador, Maria de Sousa, cientista e Victor Cunha Rego, jornalista, além de dirigentes socialistas como António Campos, todos reconhecidamente "próximos" de Mário Soares. Na entrevista publicada em livro que deu a Maria João Avillez, Soares reconhece a conotação feita entre o

"aglutinar as oposições", pelo facto de o Partido Socialista não estar a ser alternativa ao Governo - foi interpretado como a continuação da estratégia de desgaste do Governo. Sobre esse Congresso, escreveu Maria João Avillez Avillez:

"Resumamos a situação: compreendeu que o Primeiro-Ministro, o Governo e a maioria começavam a patinar. Começou, então, a alimentar uma teia de influências e uma rede de descontentamentos e a tentar estruturá-los. Não agiu directamente, mas consentiu que outros organizassem esse descontentamento" (1997:292-298).

Soares recusa essa interpretação do Congresso, afirmando que "não tinha qualquer intenção oculta político-partidária em provocar uma movimentação de descontentamento contra o Governo" (Avillez:1997:301).

Em 23 de Janeiro de 1995, Cavaco Silva anuncia ao País que não se recandidataria ao cargo de Primeiro Ministro nas eleições legislativas de Outubro desse ano. Em Março de 95, o PSD realiza um Congresso Extraordinário que elege Fernando Nogueira, na altura Ministro da Defesa e da Presidência, como líder do PSD. Em Outubro seguinte, o Partido Socialista vence as eleições legislativas.

1. 2. 2. A Presidência Aberta vista por analistas

Paralelamente ao discurso oficial (presidencial) sobre a Presidência Aberta, analistas políticos e jornalistas debruçaram-se sobre o seu significado e objectivos.

Num artigo publicado no Diário de Notícias, Mesquita refere-se às presidências abertas como "o dispositivo comunicacional que permitiu (ao Presidente) efectuar com agilidade a alternativa entre Soares-monarca, em Bragança ou nos Açores, e Soares-populista em Lisboa ou Setúbal. Aquilo que, de início, parecia uma forma inofensiva de alargar o campo de acção do Presidente transformou-se, no segundo mandato, numa forma de contestação aberta à gestão de Cavaco Silva".⁷⁶ Por seu turno, o jornalista Dinis de Abreu, escreveu no Jornal de Notícias:

"A Presidência Aberta constituiu uma inovação do primeiro mandato de Soares, imprimindo uma "imagem de marca" na acção política do Presidente, em tudo diferente

Congresso e a sua pessoa, embora a conteste. Diz Soares: "Na reunião de lançamento dessa iniciativa - em que não estive - viu-se no Comandante Gomes Mota, "o amigo de Soares", o director das campanhas presidenciais de Soares, o homem que nada faria sem o apoio do Presidente. O que, obviamente, não é verdade". (Avillez, 1997:293)

⁷⁶ Mesquita, Mário (1996) Diário de Notícias, 6 de Março

*do seu antecessor, mais rígido e sem grande apetência para os chamados "banhos de multidão".*⁷⁷

O carácter itinerante das presidências abertas levou alguns analistas políticos a associá-las a práticas monárquicas. Paulo Mendo, médico e colunista no Jornal de Notícias, escreveu a propósito das presidências abertas:

*"Era hábito medieval os reis passearem-se pelo reino e em várias cidades manterem corte. Era o modo de melhor conhecerem o seu povo e eles próprios se darem a conhecer. E onde chegava a corte havia provavelmente festa e queixumes. Assim o rei sabia que era amado e quais eram as necessidades e desejos do seu povo. Foi isto que Mário Soares reeditou"*⁷⁸

O conceito de “tradição inventada” de Eric Hobsbawm (1983) fornece perspectivas de análise dos fenómenos de ritualização nas sociedades contemporâneas, os quais se encontram, também, na Presidência Aberta. A ideia de Hobsbawm, segundo a qual as velhas tradições não oferecem respostas para os novos valores, o que leva à invenção de novas tradições, é especialmente visível em instituições como a Igreja e as monarquias europeias, que procuram encontrar formas de resposta para novos padrões e novos valores, embora se encontrem, também, em muitas práticas republicanas e laicas. Hobsbawm, afirma que o estudo da “tradição inventada” deveria merecer o interesse dos historiadores, por ser importante para o conhecimento da história das sociedades. Este autor, não hesita em afirmar que grande parte dos actuais símbolos nacionais, tais como o hino e a bandeira, são tradições inventadas. Segundo Hobsbawm, o conceito de “tradição inventada” inclui, não só a tradição construída e formalmente instituída, mas também uma outra que emerge de modo mais fluído durante um determinado período e se estabelece com grande rapidez, funcionando como um conjunto de práticas tacitamente aceites e constituindo um ritual de natureza simbólica que procura inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, a qual implica uma certa continuidade com o passado.

A Presidência Aberta recuperou e inventou muito dessa “tradição” de que fala Hobsbawm.

⁷⁷ Dinis de Abreu, "A Presidência (re)aberta, Jornal de Notícias, 31 de Janeiro de 1993

⁷⁸ Paulo Mendo, "A Presidência Aberta", Jornal de Notícias, 18 de Fevereiro de 1993, (p. 4)

No editorial publicado em 15 de Fevereiro de 1993, no Jornal de Notícias, no final da Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, escrevia-se:

"Para vermos um quadro semelhante, precisamos de recuar até ao reinado de D. Pedro I, que se misturava com o povo em certos momentos" (p. 4.).

Numa série de artigos publicados no Diário de Notícias em 1996, sobre o balanço da "década Soares", os jornalistas João Pedro Henriques e Marina Barbosa escreveram que as Presidências Abertas "foram uma inovação lançada por Mário Soares. Um novo estilo de exercer a magistratura, num tom conciliador, tentando aproximar as populações do mais alto órgão de soberania"⁷⁹.

Por outro lado, Paulo Teixeira Pinto, analista político e dirigente do PSD, escrevia em 1996, no mesmo jornal:

"Não obstante ter trabalhado com quatro governos e apenas dois primeiros ministros, o quadro de relacionamento institucional do Presidente Mário Soares com os Governos de 1986 a 1996 pode, com segurança, ser dividido em dois grandes períodos e um sub-período.

Assim, o primeiro ciclo iniciou-se já com Cavaco Silva como primeiro ministro e culminaria com o apoio deste à sua recandidatura(...).

Esta primeira fase ficou assinalada sob a égide da magistratura de influência...Foi o período da cooperação.

(...) O outro grande período coincide quase integralmente com o seu segundo mandato

(...) Viveu-se nessa época o período de contestação presidencial...

Também (as presidências abertas) serviram àquela data para visar directamente o Governo, em especial a que ocorreu na área da Grande Lisboa, pois teve repercussões muito mais devastadoras do que se calhar seria previsível e desejável pelo próprio(...)"⁸⁰

Em Julho de 2000, o jornalista Fernando Madrinha escreveu, no Expresso, um artigo intitulado "A condição de Presidente-candidato" onde se interroga sobre o significado das presidências abertas:

"Para que servem as «presidências abertas»? Servem, acima de tudo, para o Presidente se mostrar. Ciente de que o Palácio de Belém é uma gaiola dourada e não

⁷⁹ Diário de Notícias, 6 de Março de 1996

⁸⁰ Diário de Notícias, 29 de Fevereiro de 1996

*tendo vocação para estátua ou pássaro de adorno, Mário Soares inventou-as para fugir a esse destino baço que a Constituição reserva ao Chefe de Estado. Foi assim que construiu um palco de acção política original e o utilizou com providíssima eficácia. Primeiro, em proveito próprio - como alavanca para a sua reeleição; depois, para ajudar o PS, grande favorecido de uma crítica sistemática - ora sibilina, ora brutalmente directa - que Soares aplicava aos governos de Cavaco Silva sempre que saía do palácio*⁸¹.

No mesmo artigo, Madrinha reconhece "sinais de conflitualidade" nas presidências abertas, mas aponta também a sua "utilidade":

*"O País podia perder um pouco com esses sinais de conflitualidade, mas ganhava em pluralidade, porque eram levantados problemas acerca dos quais o PR tinha uma opinião muito própria e para os quais apontava uma atitude ou uma saída diferente da do Governo. As forças políticas e os sectores sociais que não se reviam nas políticas governamentais respiravam através das «presidências abertas», cuja utilidade era, portanto, muito fácil de compreender".*⁸²

Ora, foram precisamente os "sinais de conflitualidade" que levaram os media noticiosos a seguirem as presidências abertas. Não obstante esses sinais não serem tão evidentes no primeiro mandato, eles estavam potencialmente presentes, aliados a outros "valores" que integram o "profissionalismo jornalístico" (Soloski 1989), como sejam a "notoriedade" dos actores - Presidente da República e os ministros que o acompanhavam - (Traquina 1993:170), o efeito surpresa causado por declarações, quer do Presidente quer dos ministros, deputados ou autarcas presentes, os aspectos espectaculares (mediáticos) do programa, as "estórias" de bastidores proporcionadas pelo convívio intenso entre os jornalistas e a comitiva presidencial, a função de "news peg" que a presidência aberta representava como pretexto para outras notícias (Traquina 1993:174) e a partilha de "valores notícia" entre os diferentes media noticiosos que acompanhavam o Presidente (Hall e al. 1993, Ericson e al.1989).

Os media noticiosos foram, conforme Soares repetidamente afirmou, a condição indispensável do sucesso das presidências abertas: durante o primeiro mandato, ao conferiram-lhe grande visibilidade; no segundo mandato, pondo a nú "o outro lado" do

⁸¹ Expresso, 8 de Julho de 2000

⁸² Op. cit.

"Portugal de sucesso". Embora os objectivos de ambas as partes fossem, naturalmente, diferentes, o interesse dos media noticiosos nas presidências abertas coincidiu com o objectivo do Presidente (Molotch e Lester 1993) ao proporcionarem-lhe a visibilidade que ele desejava. Essa circunstância, aliada ao desgaste proporcionado no Governo pelas presidências abertas, contribuíram para a vitória eleitoral do Partido Socialista nas eleições legislativas de 1995. A análise da Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa permite aprofundar esta conclusão.

1. 2. 3. Os locais e as datas das presidências abertas

Soares realizou no seu primeiro mandato (1986-1991) oito presidências abertas (Quadro 8): Guimarães, Bragança, Beja, Guarda, Descida do Douro, Portalegre, Açores e Coimbra, e três no segundo mandato: Viana do Castelo, Área Metropolitana de Lisboa, e uma última dedicada ao "Ambiente e Qualidade de Vida", cerca de dois anos antes do final do mandato.

Quadro 8

Presidências Abertas de Mário Soares

<i>Datas</i>	<i>Locais</i>
1º. Mandato	
16 a 25 de Setembro de 1986	Guimarães
15 a 26 de Fevereiro de 1987	Bragança
27 de Outubro a 7 de Novembro de 1987	Beja
25 a 31 de Março de 1988	Guarda
19 a 24 de Julho de 1988	Descida do Douro
12 a 19 de Março de 1989	Portalegre
29 de Maio a 9 de Junho de 1989	Açores
29 de Junho a 8 de Julho de 1990	Coimbra
2º. Mandato	
19 a 28 de Setembro de 1992	Viana do Castelo
30 de Janeiro a 14 de Fevereiro de 1993	Área Metropolitana de Lisboa
4 a 21 de Abril de 1994	Ambiente

Fonte: Arquivo Mário Soares

O aparelho comunicacional do Presidente preparou, cuidadosamente, as presidências abertas, num trabalho de várias assessorias com o Presidente que mobilizou, especialmente, os membros das assessorias para a comunicação social, para a cultura e para os assuntos locais e regionais. Todavia, a preparação e acompanhamento das presidências abertas não provocou uma alteração quantitativa relativamente a meios humanos ou equipamentos ao nível do aparelho de comunicação. De facto, como mostra o Quadro 4, Soares diminui, até, o número de assessores no segundo mandato.

O Presidente fazia-se acompanhar, em permanência, apenas pelos seus dois assessores de comunicação social e dos assessores dos assuntos locais e regionais. Os assessores de outras áreas compareciam, pontualmente, de acordo com os temas do programa, sendo o da área cultural o que mais frequentemente era chamado a acompanhar a Presidência Aberta. Contudo, dada a relação estreita e informal que o Presidente mantinha com este grupo de assessores, os objectivos do Presidente eram perfeitamente conhecidos e compreendidos por eles, o que facilitava, em cada ocasião, a aplicação da estratégia presidencial. Soares manteve, até ao fim da sua presidência uma equipa de assessores para a comunicação social que, embora reduzida (2 pessoas no terreno e uma no gabinete) o acompanhou, permanentemente, em todas as presidências abertas.

O modelo da Presidência Aberta institucionalizou-se como um evento autónomo na agenda do Presidente a partir dos mandatos de Mário Soares. O Presidente Sampaio tentou reformular o modelo e alterar a designação, mantendo-lhe, contudo, as características principais. Com efeito, as suas "Presidências temáticas" ou "Semanas temáticas", foram, de certo modo, o prolongamento da última Presidência Aberta de Soares sobre o Ambiente. Apesar de Sampaio não usar, publicamente, a expressão "Presidência Aberta" para se referir às suas, os jornalistas nunca deixaram de as designar assim. António Ribeiro Ferreira, director adjunto do Diário de Notícias, em Dezembro de 1999, escreve, em editorial, que "seguro da sua reeleição (Sampaio) não tem que se preocupar com o mal estar que anda a provocar nos socialistas com as suas presidências abertas"⁸³.

Por seu turno, Fernando Madrinha, no já citado artigo publicado no Expresso, em Julho de 2000, escreve:

⁸³Ferreira, António Ribeiro (1999) Diário de Notícias, 6 de Dezembro,(p. 6)

"Atento ao êxito destas iniciativas - pretexto para o chefe de Estado tomar banhos de multidão, falar directamente ao País e intervir de modo informal em áreas onde não lhe é consentido outro tipo de intervenção - Jorge Sampaio tratou de recuperar a ideia para o seu próprio «magistério de influência». Mas, ao fim de quase cinco anos de «presidências abertas», facilmente se constata que o mesmo instrumento nas mãos de pessoas distintas não tem a mesma utilidade".⁸⁴

1. 2. 4. Elementos para uma tipologia da Presidência Aberta

Segundo Traquina (2000) os estudos dos media oferecem classificações dos acontecimentos noticiosos que não se excluem mutuamente. A Presidência Aberta é um acontecimento onde coexistem elementos tipificados por autores como Boorstin (1961); Molotch e Lester (1993) Tuchman (1978), para classificar os "acontecimentos noticiosos" (Traquina 2000).

A Presidência Aberta é um “pseudo acontecimento”, no sentido em que Boorstin (1961:11-12) definiu esse conceito. Com efeito, a Presidência Aberta não é um acontecimento espontâneo. Surge porque foi planeada. Foi criada para ser coberta pelos media, como Soares repetidamente afirmou. O seu sucesso mede-se pela amplitude da sua cobertura e pela capacidade de fazer passar os enquadramentos desejados. Soares considerava, aliás, a presença dos órgãos de comunicação social componente essencial da iniciativa.

A Presidência Aberta enquadra-se, por outro lado, na tipologia dos "acontecimentos de rotina" de Molotch e Lester (1993). Para estes autores, os acontecimentos de rotina possuem as seguintes principais características:

- São intencionais;
- Os seus promotores são os mesmos que se encarregam da sua realização ("effectors");
- São acontecimentos em que o promotor/executor e os jornalistas coincidem na necessidade de notícias, mesmo que essa coincidência nem sempre seja suficientemente clara;

⁸⁴ Expresso, 8 de Julho de 2000

- O acesso aos media por parte dos promotores é condição indispensável à sua transformação em notícia.

Ora, a Presidência-Aberta é um acontecimento intencional. Constituiu uma tentativa de criar um acontecimento para dar visibilidade ao Presidente que queria ser notícia (para informar o público de que estava pessoalmente preocupado com a vida das populações e com os seus problemas, dado que não tinha poderes para resolver esses problemas).

A Presidência Aberta é, por outro lado, uma criação de Soares que é ao mesmo tempo, o seu protagonista, funcionando, pois, na terminologia de Molotch e Lester como "promotor" e "executor".

O interesse do Presidente em ser notícia coincidia também com as necessidades de notícias dos jornalistas.

Finalmente, o acesso do Presidente da República aos media, dada a notoriedade do cargo, estava, à partida, assegurado.

A Presidência Aberta é, por outro lado, um acontecimento noticioso "em continuação" ou "em sequência", na medida em que possuía um programa previamente delineado para ser cumprido durante um determinado espaço de tempo (Tuchman, 1978; Traquina 2000).

Os estudos de Katz e Dayan (1999) sobre os acontecimentos mediáticos levam-me a colocar a interrogação sobre se alguns aspectos e momentos da Presidência Aberta poderão ser considerados como tal, não obstante estes autores excluïrem do seu estudo os telejornais e definirem os acontecimentos mediáticos como sendo criados tendo em vista a sua transmissão em directo. De facto, a Presidência Aberta, no seu todo, não pode, em rigor, ser classificada como um acontecimento mediático, na acepção destes autores. A sua transmissão televisiva processava-se através dos telejornais e não pressupunha uma interrupção da emissão, como definem Katz e Dayan, relativamente aos acontecimentos mediáticos. Por outro lado, o consenso que Katz e Dayan estabelecem para os acontecimentos mediáticos, apesar de insistentemente invocado por Soares como condição para a realização de presidências abertas, só teoricamente existiu (Soares invocava a necessidade de um convite formal dos autarcas para realizar uma presidência aberta numa região e nunca realizou uma Presidência Aberta na Região Autónoma da Madeira porque não foi convidado pelo Presidente do Governo Regional).

Pelo contrário, não obstante os consensos pontuais que o Presidente estabeleceu com autarcas e entidades envolvidas na organização das presidências abertas, a conflitualidade com o Governo foi a nota dominante, sobretudo no segundo mandato. Num estudo sobre os *media events*, o que levou Mesquita (2000:406) a afirmar que “a Presidência Aberta em Lisboa transformou-se num ritual da afrontamento contra o Governo do centro-direita”.

Existiram, pontualmente, nas Presidências Abertas, momentos que me levam a encontrar alguma analogia com os acontecimentos mediáticos. Com efeito, a Presidência Aberta possui algumas das componentes dramáticas e rituais referidas por Katz e Dayan. A identificação com um líder carismático, a escolha dos espaços e dos lugares, do tempo e dos momentos envolvidos na Presidência Aberta, tais como os cortejos à chegada do Presidente a uma localidade, a ordem das individualidades e dos grupos que o aguardavam, o itinerário escolhido previamente, a decoração e o “teatro de rua” que se repetiam, em cada Presidência Aberta, enquadram-se em estruturas simbólicas específicas de um ritual (Marin 1994). Durante as presidências abertas existiram acontecimentos transmitidos em directo, com interrupção de emissão, na RTP 1, por exemplo, durante a Presidência Aberta nos Açores, em Junho de 1989, para transmissão da Mensagem do Presidente a partir da ilha do Corvo e em Coimbra, em Julho de 1990, para transmissão da Mensagem na escadaria da Universidade, durante a Presidência Aberta naquela cidade. Por outro lado, o esquema tripartido proposto por Katz e Dayan (1999:63) para os co-autores dos “acontecimentos televisivos” - “os organizadores do acontecimento que juntam todos os elementos e propõem a sua historicidade”; os media que reproduzem o acontecimento “recombinando os seus elementos”; e as audiências “que acarinham o acontecimento” - possui interesse teórico para a caracterização da presidência aberta como contendo elementos comuns aos “acontecimentos mediáticos” definidos por Katz e Dayan.

Com base nos quadros teóricos atrás citados, nas definições do próprio Presidente sobre a Presidência Aberta e na análise dos seus programas, é possível identificar um conjunto de características que distinguem esse acontecimento de outras iniciativas do Presidente e que poderão contribuir para uma tipologia da Presidência Aberta:

- A exigência de um convite formal, prévio, dos autarcas de uma região para que o Presidente aí se deslocasse.

- A comitiva que acompanhava o Presidente que incluía membros do Governo, deputados dos diferentes partidos do distrito visitado e autarcas dos distrito, numa celebração aparente de unidade, mas também do pluralismo, características dos cerimoniais políticos.
- A logística: o Presidente fazia deslocar o pessoal do seu Gabinete, incluindo a secretária pessoal que nunca o acompanhava noutras deslocações no País e no estrangeiro e os contínuos que usavam a farda da Presidência da República. Tratava-se de uma transferência temporária da sede da Presidência para uma região e, com ela, dos símbolos da função presidencial, da reverência, da cerimónia e da teatralidade.
- A "audiência" semanal com o Primeiro Ministro que era transferida para a sede temporária da Presidência, onde o Primeiro Ministro se deslocava propositadamente e a promulgação de diplomas oficiais com data e local correspondentes à sede provisória da Presidência, símbolos do poder e da supremacia presidencial.
- As caravanas de jornalistas, não apenas dos media nacionais, mas também locais (da região onde se realizava a Presidência Aberta) que acompanhavam a visita.
- A duração que se estendia por uma a duas semanas, superior a outras deslocações do Presidente.
- As cerimónias de acolhimento, a passadeira vermelha, a revista às tropas, as sessões formais, os discursos, as condecorações aos notáveis da terra, as inaugurações, o descerramento de lápidas ou cortes de fitas, a bênção eclesiástica, as palmas dos circunstantes e, ainda, os jantares oficiais com autarcas, deputados, empresários e "notáveis" da região. (Abélès, 1989).
- As manifestações e protestos que amiúde pontuavam as presidências abertas (estudantes, agricultores, sindicalistas) e se desenrolavam paralelamente a cerimónias, como "improvisações organizadas" que interpelavam e denunciavam, com recurso a bandeiras, faixas com frases reivindicativas, palavras de ordem e outros símbolos de protesto ostentados por grupos sociais.
- As homenagens a vultos da cultura da região e as "peregrinações" a locais míticos, estruturadas segundo o modelo da monarquia religiosa, mobilizando elaborações simbólicas (rituais de regeneração das antigas práticas e

concepções monárquicas a denotarem assimilação, enriquecimento e perpetuação de uma herança política).

Não obstante as diferenças entre os dois mandatos já referidas, as presidências abertas constituíram um elemento fundamental da estratégia de comunicação de Soares e um momento de apelo permanente ao papel dos media, vistos por Soares como "quarto poder" como, aliás, refere, no prefácio do seu livro "Intervenções 3", escrito em Fevereiro de 1989. As presidências abertas constituíram um meio de dar voz e visibilidade ao Presidente da República, dado que, para marcar a agenda política precisava de ser notícia.

A análise da Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa procura apurar até que ponto o conseguiu e em que medida as notícias reproduziram os enquadramentos definidos pelo Presidente.

2. A Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa

2. 1. Enquadramento e objectivos

A Presidência Aberta (PA) na Área Metropolitana de Lisboa (AML) foi realizada de 30 de Janeiro a 15 de Fevereiro de 1993, quase dois anos depois da reeleição de Mário Soares (ocorrida em 16 de Fevereiro de 1991) e um ano e três meses após a segunda maioria absoluta de Cavaco Silva (obtida em 6 de Outubro de 1991) sob o signo do "Portugal de sucesso", ideia criada na legislatura anterior e utilizada como bandeira na campanha eleitoral do Partido Social Democrata (PSD).

A Presidência Aberta na AML ocorreu num contexto político caracterizado por alguma crispação na sociedade portuguesa e nas relações entre o Governo e o Presidente.

Com efeito, no princípio de Fevereiro, em plena Presidência Aberta, o Governo decidiu expulsar do País imigrantes brasileiros que não tivessem “visto”, o que provocou um incidente diplomático entre Portugal e o Brasil e deu origem a discussões públicas com impacto na comunicação social. No campo estudantil, o ano de 1992 tinha sido marcado pelas manifestações exigindo a extinção da Prova Geral da Acesso à Universidade (Fevereiro) e, no ano seguinte, durante a Presidência Aberta na AML, as lutas contra o pagamento de propinas trouxeram milhares de estudantes para a rua em acções que envolveram espancamento pela polícia.⁸⁵

Por outro lado, o Presidente da República decidiu enviar para o Tribunal Constitucional a "Lei dos Disponíveis" da Função Pública (22 de Junho de 1992) e as alterações à Lei da Greve (12 de Agosto de 1992) propostas pelo Governo, o que levou este a acusá-lo de "obstrução sistemática"⁸⁶. Também a agitação política se acentuou no final de 1992 com a maioria das câmaras municipais do País (ganhas pelo Partido Socialista em 1989) a lançarem-se num protesto contra a “política centralizadora” do governo e a concentrarem-se em frente da Assembleia da República, em Dezembro de 1992. A Presidência Aberta na AML realizou-se em ano de eleições autárquicas (ocorridas em Dezembro de 1993), o que tornou ainda mais sensível e difícil a organização do

⁸⁵ Grilo, E. Marçal (1994) "o Sistema Educativo" in *20 Anos de Democracia*, Círculo de Leitores p. 429

⁸⁶ Reis, António, (1994) "O Poder Central" in *Portugal, 20 Anos de Democracia*, Círculo de Leitores p.

programa do Presidente. No plano social, empresas como a Carris, a Siemens, a Fnac, enfrentaram manifestações de trabalhadores.

Soares não esperava a segunda maioria absoluta do PSD. Com efeito, segundo disse à jornalista Maria João Avillez, em 1997, estava convencido de que havia, já, naquele momento, "razões para que os socialistas subissem bastante eleitoralmente, senão pudessem obter a vitória nas eleições" (Avillez 1997:229). Soares dá uma explicação para a vitória eleitoral do PSD:

"o País tinha acabado de viver um período de "vacas gordas", sob a orientação de Cavaco Silva; começava a estar inquieto quanto ao futuro próximo, com bastos sinais de que se aproximavam tempos mais difíceis, mas achou mais prudente não mudar de orientação, porque o descontentamento não era ainda suficientemente profundo, e a alternativa possível não surgiu com bastante clareza" (Avillez 1997:239).

Soares acrescenta, nessa entrevista, que "havia comportamentos anómalos, arrogância a mais, taras indisfarçáveis" mas, em sua opinião "o povo português não as viu, ou não as quis ver" (Avillez 1997:232) e afirma que a atitude "arrogante e autoritária" do Governo se acentuou no segundo mandato. Isso o levou a "defender as minorias contra o risco de asfixia", ouvindo sempre os partidos, os sindicatos, as associações patronais e ambientais, cívicas e culturais e "conferindo visibilidade à sociedade civil", ao mesmo tempo que assegurava o seu próprio espaço (Avillez 1997:265).

Estas reflexões de Soares ajudam a perceber as motivações da Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, embora o Presidente nunca tenha aceite a ideia de que existiu uma mudança de estratégia relativamente ao seu primeiro mandato.

Na apresentação à imprensa do programa, o Presidente anunciou como objectivo fundamental da PA "o apelo à consciencialização de todos" para os problemas da Área Metropolitana de Lisboa, propondo-se estimular a participação da sociedade civil na sua resolução. O Presidente identificou "oito grandes temas" como merecedores da sua particular atenção durante a PA⁸⁷:

- a juventude, sua relação com a cidade, com o estudo, o desporto, a violência, a marginalidade e a droga;
- a terceira idade e a solidão;

⁸⁷ Soares, Mário, discurso proferido de improviso em conferência de imprensa, em 27 de Janeiro de 1993. Reprodução a partir de gravação audio

- os sectores produtivos: agricultura, indústria, serviços;
- a pobreza, a 3ª. idade e a solidariedade;
- a saúde;
- as acessibilidades e os transportes;
- as minorias étnicas;
- a vida em sociedade e o lazer, associadas à qualidade de vida, às infra-estruturas e ao ambiente.

Soares propunha-se, também, segundo disse, "manter a dessacralização do poder", na medida em que toda a gente poderia "ver o Presidente e tocá-lo". Nessa conferência de imprensa, Soares anunciou que a PA na AML era uma presidência "de transição", "esgotadas" que estavam as presidências "geográficas". A próxima, anunciou Soares, seria dedicada ao Ambiente, em Maio seguinte.

2. 2. Organização e Logística

A Presidência Aberta na AML começou a ser preparada com antecedência de alguns meses. Em Dezembro de 1992, o Presidente recebe a Junta Metropolitana de Lisboa que o convida oficialmente para realizar uma presidência aberta na Área Metropolitana. Em 14 de Janeiro, a Junta aprova, por unanimidade, uma deliberação congratulando-se com a "aquiescência de Sua Excelência o Presidente da República ao convite que lhe foi formulado pelos 18 Presidentes das Câmaras Municipais que integram a AML para realizar uma Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa". No mesmo documento, a Junta exprime a sua convicção de que a PA "servirá para aprofundar o debate e o conhecimento de todo o País sobre a realidade, as realizações, os problemas e os bloqueamentos da AML", constituindo "um importante contributo para a sua superação".⁸⁸

Os documentos disponíveis mostram que durante o mês de Dezembro, Janeiro e princípios de Fevereiro de 1993 (pouco antes do início e já durante a Presidência Aberta), o Chefe da Casa Civil do Presidente e a Assessoria para os Assuntos Regionais

⁸⁸ Arquivo Mário Soares (pasta 1623.006)

e Locais estabeleceram contactos com entidades representativas de diversos sectores relacionados com o programa da presidência aberta, dando conhecimento dos objectivos da PA e solicitando informações sobre os problemas de cada sector. Nesse sentido, foi enviada correspondência para a Reitoria da Universidade Técnica de Lisboa, tendo sido recebido, desta entidade, em 7 de Dezembro de 1992, um "Memorando" sobre os temas propostos pela Presidência da República para a Presidência Aberta. Nesse memorando, o Reitor considera que "a temática construída parece bastante completa", não lhe ocorrendo "apontar temas adicionais". O documento faz referência a um "encontro" realizado em 30 de Novembro (de 1992), no qual "foram expressos alguns grandes tipos de preocupações" e prossegue, recomendando ao Presidente "formas de abordagem" dessas preocupações. O Reitor expõe a sua posição pessoal sobre o modelo de desenvolvimento regional adoptado em Portugal e elogia as escolhas do Presidente sobre os "conselheiros" que escolheu para esta PA. O "Memorando" da Reitoria era acompanhado por textos em que o Reitor explicita "as suas preocupações sobre a situação concreta em que nos encontramos"⁸⁹. Além deste, a Presidência recebeu numerosos contributos de entidades e associações: sindicatos com representação nos concelhos da AML (indústrias químicas; segurança social; têxteis; habitação; saúde; administração local e função pública; comércio, escritórios e serviços); Laboratório Nacional de Engenharia e Tecnologia Industrial (LNETI), todos enviados durante a Presidência Aberta, contendo "dossiers" com exposições sobre a situação dos respectivos sectores, críticas ao Governo e apelos ao Presidente para a sua intervenção⁹⁰.

Os contactos com o Primeiro Ministro sobre a PA na AML foram feitos durante as audiências que ambos mantinham, semanalmente, às quintas-feiras.⁹¹ Contudo, a avaliar pela correspondência trocada entre o Chefe da Casa Civil (CCC) do Presidente e o

⁸⁹ Arquivo Mário Soares (pasta 1623.116, im. 92) Trata-se do documento mais antigo contendo um contributo concreto para a PA a AML, oriundo de uma entidade externa, existente no Arquivo Mário Soares

⁹⁰ Numa carta do Sindicato Nacional dos Trabalhadores da Administração Local da Direcção Regional de Lisboa de 8 de Fevereiro de 1993, sobre a "situação social das autarquias de Oeiras e Cascais", a par de violentas críticas ao Governo, apela-se ao Presidente para um "maior protagonismo político na defesa das liberdades e dos direitos humanos". (Arquivo Mário Soares, pasta 2026.001, im.60)

⁹¹ Carta do Chefe da Casa Civil ao Chefe de Gabinete do Primeiro Ministro onde se refere "a conversa havida entre ambos" e o facto de, na sequência dela, o Presidente ter recebido os ministros do Planeamento e das Obras Públicas, Transportes e Comunicações, "para com eles abordar questões relativas à referida Presidência Aberta e obter a colaboração dos respectivos departamentos do Estado". Arquivo Mário Soares (pasta 1623.005, im. 72-76)

Chefe de Gabinete do Primeiro Ministro, os contactos posteriores entre os serviços da Presidência e os gabinetes ministeriais não foram, em alguns casos, fáceis. Em carta ao Chefe de Gabinete do Primeiro Ministro, o CCC refere que "desta vez" foram levantados "obstáculos formais aos Assessores e Consultores" nos "contactos informais" com gabinetes ministeriais e departamentos do Estado, "com o objectivo de acertar pormenores relativos a iniciativas e actos públicos que ocorrerão em edifícios e locais sob tutela do Governo"⁹². Foi o caso da utilização do Palácio Nacional de Sintra, tutelado pela Secretaria de Estado da Cultura, como "sede simbólica" da PA, de 7 a 11 de Fevereiro. A citada Secretaria de Estado não facilitou a instalação do Presidente, tendo, segundo o CCC, dificultado os contactos dos serviços da Presidência com entidades dela dependentes, cuja colaboração era necessária.⁹³ Esse facto levou o CCC a queixar-se ao gabinete do PM das dificuldades do "acesso do Presidente" aos edifícios e locais públicos incluídos no programa da PA. O Chefe da Casa Civil contesta, nessa carta, os "pedidos de autorização" exigidos, considerando-os "excessivos". Acrescenta "não ser curial" que o Chefe de Estado "solicite autorização para entrar num edifício público ou departamento do Estado", cabendo-lhe apenas "manifestar essa intenção, antecipadamente, às entidades competentes"⁹⁴.

A correspondência a que venho aludindo constitui um testemunho elucidativo da tensão existente entre o Presidente e o Governo e prova que a ideia de realização da Presidência Aberta na AML não era desejada pelo Governo.

Em 29 de Janeiro (um dia depois da carta acima referida e, praticamente, na véspera do início da PA) o Chefe da Casa Civil formalizou, ao Chefe de Gabinete do PM, o pedido de colaboração (presença) dos ministros que o PM entendesse deverem comparecer, de acordo com o programa (que acompanhava o ofício)⁹⁵. A Presidência enviou, igualmente, uma carta ao Presidente da Assembleia da República, solicitando-lhe a indicação de uma "representação de deputados, dos 66 que compõem os dois círculos"⁹⁶.

⁹² Carta do Chefe da Casa Civil ao Chefe de Gabinete do Primeiro Ministro de 28 de Janeiro de 1993 (Arquivo Mário Soares, pasta 1623.005, im 70-71)

⁹³ Arquivo Mário Soares (pasta 1623.005, im 14-16)

⁹⁴ Carta do Chefe da Casa Civil ao Chefe de Gabinete do Primeiro Ministro de 28 de Janeiro de 1993 (Arquivo Mário Soares, pasta 1623.005, im 72-75)

⁹⁵ Carta do Chefe da Casa Civil ao Chefe de Gabinete do Primeiro Ministro de 29 de Janeiro de 1993 (Arquivo Mário Soares, pasta 2026.001, im 57-61)

⁹⁶ Carta do Chefe da Casa Civil ao Presidente da Assembleia da República, datada de 22 de Janeiro de 1993

Foram também estabelecidos contactos bilaterais entre a Casa Civil do Presidente e cada uma das autarquias para a organização do programa e da logística. À excepção do Governo, a documentação mostra que a colaboração das autarquias foi normal, envolvendo trocas de informação sobre a organização do programa.

Questionado sobre a pouca antecedência com que o programa da PA foi divulgado ao Governo, um membro do "staff" de Mário Soares respondeu:

*"O Presidente não tomava nunca decisões com muita antecedência e, neste caso, o programa sofreu alterações até ao último minuto. Além disso, o Presidente conversava semanalmente com o Primeiro Ministro que estava ao corrente do essencial"*⁹⁷.

A organização do programa da Presidência Aberta foi atribuída à Assessoria para os Assuntos Regionais e Locais e teve a colaboração de outras assessorias, nomeadamente as assessorias para os Assuntos Culturais e Assessoria Económica e Social e do consultor para as questões ambientais, para preparação de tópicos e textos de apoio sobre as diversas temáticas a propósito das quais o Presidente se pronunciaria. A Assessoria para a Comunicação Social (ACS), colaborou na definição dos locais onde o Presidente deveria proferir intervenções públicas consideradas importantes, respectivos horários e encontros do Presidente com os jornalistas. Esta Assessoria colaborou, também, na escolha dos locais de instalação dos jornalistas e na organização das refeições e transportes dos jornalistas. A preparação da Presidência Aberta foi ainda acompanhada pelos serviços de Segurança e de Comunicações da Presidência. O programa teve várias versões, tendo sofrido ajustamentos horários até ao último momento. A versão entregue aos jornalistas no dia da apresentação era a quinta.

O número de eventos significativos a realizar em cada dia constituiu uma das maiores preocupações na organização do programa. Em presidências abertas anteriores os jornalistas queixavam-se da dificuldade que tinham em acompanhar o programa, tendo sugerido que, de futuro, o Presidente se concentrasse num ou dois temas por dia. Contudo, isso tornou-se difícil devido aos equilíbrios político-partidários que era necessário encontrar na organização do programa. O Presidente não queria polémicas com os autarcas das regiões que visitava nem com os partidos, o que nem sempre conseguiu evitar, por exemplo, por ter dedicado mais tempo a um município socialista

do que a municípios de maioria social democrata⁹⁸, pelo que o programa voltou a ser muito denso. Embora não o anunciando, o Presidente orientou a PA no sentido de um ou dois assuntos como temas do dia, que acentuava através de declarações a propósito de uma visita ou de uma manifestação. Os jornalistas obrigavam-se a segui-lo permanentemente, na expectativa de uma declaração ou de uma reacção inesperada. Essa era, aliás, uma estratégia do Presidente – surpreender os jornalistas e a sua própria comitiva.

Soares não planificava, formalmente, as suas intervenções, apenas indicando que falaria de improviso em determinados momentos. Aliás, os discursos formais na Presidência Aberta limitavam-se quase estritamente às sessões solenes nas Câmaras Municipais e aos jantares oficiais. As suas intervenções politicamente mais significativas eram proferidas de improviso, o que não significa que o Presidente não soubesse, antecipadamente, qual era a mensagem que pretendia passar. Soares reconheceu, aliás, mais tarde, que a Presidência Aberta na AML viveu muito de improvisação.⁹⁹

Soares não era, como atrás se afirma, facilmente enquadrado por estratégias de imagem delineadas pelo seu "staff" ou por especialistas externos. Ouvia o Chefe da Casa Civil e os assessores com quem mantinha um contacto mais estreito (política, comunicação social, cultura) sobre o que se propunha dizer e fazer, mas a sua reconhecida intuição política, a experiência anterior como chefe do governo e os inúmeros e variados contactos com personalidades da vida nacional (como a sua agenda, aliás, atesta) eram os seus melhores conselheiros. Questionado, repetidamente, por Maria João Avillez (1997) sobre a intervenção de assessores em decisões importantes dos seus mandatos, Soares nega sempre essa influência como determinante.

O contexto político em que decorreu a PA na AML e o facto de Soares possuir uma ideia muito concreta sobre o que desejava, acrescidos de uma disposição natural para o contacto com as multidões, o gosto pela improvisação e uma reconhecida intuição política, constituíram elementos fundamentais no sucesso da PA.

⁹⁷ Consultor de Mário Soares (2000) Comunicação pessoal

⁹⁸ Isaltino Morais, Presidente da Câmara Municipal de Oeiras criticou o Presidente por passar três dias no concelho de Lisboa e apenas meio dia em cada um dos 17 concelhos da AML, Correio da Manhã, 29 de Janeiro de 1993

⁹⁹ Soares, Mário (2000), Comunicação pessoal, Lisboa, 21 de Julho

Os memorandos preparados pelas organizações sociais e sindicais e os levantamentos feitos pelas assessorias, como é o caso, entre outros, do documento atrás referido elaborado pela Reitoria da Universidade Técnica e por assessores da Casa Civil, mostram que o "terreno" que o Presidente ia pisar era melindroso (para o governo), prestando-se, sobremaneira, à adopção das fórmulas cultivadas por Soares de uma "magistratura de influência" e de um Presidente como "moderador e árbitro".¹⁰⁰

Ao longo dos catorze dias em que decorreu a PA na AML, agricultores, estudantes, moradores, sindicalistas, ambientalistas, organizaram manifestações e dirigiram petições ao Presidente, esperando-o nos locais cobertos pelo programa da PA. Soares era informado dessas manifestações, com alguma antecedência, pelos assessores e pela segurança pessoal, o que lhe permitia preparar um determinado tipo de discurso para os manifestantes. Os assessores para a comunicação social alertavam, então, os jornalistas para os imprevistos do Presidente, avisando os representantes dos mais importantes media noticiosos que o acompanhavam para que estivessem atentos e não perdessem a cobertura dessas manifestações. Isso era particularmente importante no caso das televisões, cuja passagem (na estrada ou na rua) a segurança garantia e facilitava, a pedido dos assessores do Presidente. Deste modo, as manifestações de agricultores, estudantes, sindicalistas e desempregados, tinham cobertura assegurada.

O programa da Presidência Aberta foi divulgado aos jornalistas pelo Presidente dois dias antes do seu início, num "briefing" no Palácio de Belém e através de "Nota à Imprensa" dirigida às chefias de redacção dos principais media noticiosos nacionais e locais. A Assessoria para a Comunicação Social informou que procederia às reservas de instalações e proporcionaria meios de transporte aos jornalistas que desejassem efectuar a cobertura da Presidência Aberta. Este processo permitia antever quais e quantos media noticiosos acompanhariam o Presidente. Contactos telefónicos posteriores com as redacções forneciam informações adicionais sobre apoios fornecidos aos jornalistas. Esses apoios excluía o pagamento do alojamento e, teoricamente, das refeições, embora o almoço fosse sempre oferecido aos jornalistas que acompanhavam o Presidente, pelas autarquias ou pela própria Presidência no mesmo local onde almoçava

¹⁰⁰ Figuras de retórica criadas por Soares durante a campanha eleitoral para o primeiro mandato. A expressão "Moderador e Árbitro" veio a ser o título de um livro publicado pela Editorial Notícias com

o Presidente e a sua comitiva. Os jornalistas não necessitavam, pois, de abandonar a comitiva para procurar restaurante, o que, por outro lado, lhes permitia aproveitar o tempo para "envio de serviço" e contactos com fontes da comitiva.

Os jornalistas dispunham de um autocarro alugado pela Presidência. Contudo, dado que nem sempre o autocarro acompanhava a velocidade da comitiva presidencial, muitos jornalistas preferiram utilizar viaturas pessoais. Os assessores do Presidente transportavam, por vezes, jornalistas, sobretudo fotógrafos, facilitando-lhes assim a recolha de imagens da chegada do Presidente aos diversos locais. Aliás, o Presidente não iniciava os seus discursos ou os actos do programa sem que os jornalistas estivessem presentes, do que era informado pelos assessores.

A segurança do Presidente foi sensibilizada para a necessidade de facilitar o trabalho dos jornalistas no que respeita à circulação e aproximação ao Presidente.

Os serviços de Comunicações da PR tinham a seu cargo a instalação de comunicações privadas nos locais onde o Presidente se instalou e a recepção de documentos enviados por fax, como recortes de imprensa e outros.

No que se refere aos equipamentos e outros apoios aos jornalistas, dado o carácter itinerante do programa, não foram instaladas salas de imprensa formais, mas apenas asseguradas linhas telefónicas e de fax nos locais onde o Presidente instalou o seu secretariado: Vila Franca de Xira, Setúbal e Sintra.

A documentação destinada aos jornalistas incluía discursos (quando existiam) e aditamentos ao programa. Os assessores organizavam encontros informais do Presidente com os jornalistas à margem do programa, por iniciativa do PR ou a pedido dos jornalistas. Os pedidos de entrevistas privadas eram solicitados aos assessores e marcados para momentos escolhidos de acordo com os "timings" de difusão de cada órgão de comunicação social. Nem todos os pedidos eram considerados, sendo dada prioridade aos media noticiosos de maior prestígio. Se algum desses órgãos não solicitava uma "conversa" privada com o Presidente, eram os assessores que a sugeriam, com o objectivo de se certificarem que a perspectiva do jornalista não era desfavorável ao Presidente.

A proximidade e o convívio existente entre os jornalistas que acompanhavam o Presidente e os assessores permitiam que estes se apercebessem das reacções dos jornalistas a determinados eventos ou palavras do Presidente e o informassem de que era necessária uma sua intervenção no sentido de um enquadramento favorável que surgia, então, como natural. Exemplo disso foi a reacção negativa que a sua manifestação de desagrado face à presença do guarda da GNR que abria caminho à comitiva durante a passagem pela Estrada Nacional n.º. 10 (EN 10), no terceiro dia da Presidência Aberta na AML, provocou na comitiva de jornalistas. Soares foi, praticamente, obrigado a explicar publicamente o que quis dizer com a frase “Não queremos polícias”. Soares pretendia que o seu trajecto na EN10, um dos momentos previstos pelo seu "staff" como dos mais mediáticos do dia, correspondesse à situação vivida, diariamente, pelos habitantes da periferia de Lisboa. Ora, a presença da polícia abrindo caminho à comitiva presidencial livraria o Presidente dos tormentos provocados pelos engarrafamentos diários sofridos pela população, anulando, assim, o efeito da iniciativa. "Furioso"¹⁰¹ com o aparecimento da polícia, Soares mandou parar o autocarro e, da janela, gritou para o agente "Ó senhor guarda, saia daí. Não queremos cá polícias!" As televisões e os fotógrafos não perderam a "explosão" do Presidente que surgiria, nesse dia e no dia seguinte, com relevo nos media noticiosos.

Soares não se apercebeu imediatamente do efeito provocado pela sua invectiva ao guarda. Contudo, o incidente foi comentado o resto do dia no seio da comitiva, entre assessores e jornalistas, sendo notório que não passaria despercebido. Os jornalistas puderam aperceber-se do mal-estar causado, pelas palavras do Presidente, nos assessores militares, receosos de reacções no seio das forças de segurança. No final do dia, o Presidente viu as imagens dos telejornais. Os assessores militares começaram a receber as primeiras reacções negativas. Soares percebeu que era necessário dizer qualquer coisa que anulasse o efeito das suas palavras e desagravasse os militares. No dia seguinte, logo de manhã, chamou a imprensa, explicou o sentido da frase "Não queremos cá militares" e pediu-lhes que não subvertissem "o principal com o anedótico". Os jornalistas transmitiram a preocupação do Presidente e o assunto ficou por aí.¹⁰²

¹⁰¹ O termo "furioso" é usado nas peças jornalísticas do dia 2 de Fevereiro, pelos jornais DN, e JN.

¹⁰² Serrano, Estrela, (-1993) Arquivo pessoal

Além da leitura directa dos jornais, *Diário de Notícias* e *Público*, sem a qual não iniciava o programa do dia, o Presidente recebia, diariamente, recortes de imprensa que lhe permitiam acompanhar a totalidade da cobertura noticiosa. Os assessores informavam-no sobre a cobertura radiofónica (acompanhada durante os trajectos de automóvel e em transistor) de modo a que o Presidente estivesse informado sobre o que se passava no País e não fosse apanhado desprevenido perante um pedido de comentário a um tema de última hora. À hora dos principais telejornais a caravana parava. Quando isso não acontecia, os telejornais eram visionados, em conjunto com o Presidente, no fim do programa do dia. Avaliava-se, então, o impacto dos acontecimentos e introduziam-se eventuais correcções de estratégia. O Presidente recebia ainda informações telefónicas dos seus serviços e reacções de familiares e amigos sobre o que surgia na televisão.

A leitura dos jornais e o facto de os autores das notícias se encontrarem quase permanentemente junto do Presidente e dos assessores facilitava o controle de desvios ao discurso oficial. (Ericson et al. 1987). Por exemplo, as reacções do PSD à Presidência Aberta chegavam, quase sempre, por intermédio dos jornalistas que acompanhavam o Presidente, como foi o caso das críticas dos vereadores do PSD da câmara de Loures ao programa da PA naquele concelho. Embora saudando a iniciativa de Soares, os vereadores afirmaram que "o programa da visita presidencial contém iniciativas reprováveis e apresenta-se como um instrumento com intuítos político-partidários e eleitorais". Em face disso, os citados vereadores "apenas participam na recepção e encerramento da visita" do Presidente¹⁰³. Os repórteres destacados para a Presidência foram pressionados pelos editores para que Soares comentasse essa reacção, o que foi recusado. Contudo, na posse da informação, Soares usou os improvisos que o programa lhe proporcionava (nunca explicitamente dirigidos ao PSD ou ao Governo), para responder às críticas¹⁰⁴.

¹⁰³ Comunicado do Grupo de Vereadores do Partido Social Democrata (Arquivo Mário Soares, 1336.003, im. 16)

¹⁰⁴ Serrano, Estrela (1986-1996) Arquivo pessoal

2. 3. Programa

O Programa da PA na AML¹⁰⁵ era extenso e variado. A pluralidade de temas e locais visados pelo Presidente em cada dia, obrigavam-no a restringir as intervenções aos momentos mais importantes de cada dia, feitas sempre de improviso, à excepção de curtos discursos de circunstância proferidos em sessões solenes, à chegada às câmaras municipais.

O programa da Presidência Aberta na AML previa a instalação da Presidência em três localidades, além da sua sede habitual: Vila Franca de Xira (31 de Janeiro a 2 de Fevereiro), dirigida por um autarca do Partido Comunista; Setúbal (de 3 a 6 de Fevereiro), dirigida por um socialista e Sintra (de 7 a 10 de Fevereiro), dirigida por um social democrata. A permanência em cada uma destas localidades era de três dias. Nos restantes quatro dias a Presidência instalou-se, de novo, em Lisboa.

O programa incluiu actividades ligadas a diversos sectores e áreas da sociedade portuguesa. Como se refere no capítulo anterior, o Presidente recebeu dossiês e informações oriundos de organizações representativas de sectores diversos da Área Metropolitana de Lisboa, os quais continham elementos sobre a situação no respectivo sector. A maioria são documentos enviados por sindicatos durante os meses de Janeiro e Fevereiro, isto é, pouco antes da Presidência Aberta, o que significa que não influenciaram, de uma maneira determinante, a organização do programa, embora, como resulta da análise da cobertura jornalística, se tenham mobilizado para a apoiar com o que contribuíram, decisivamente, para o seu sucesso.

Através desses documentos, verifica-se que houve contactos anteriores, feitos por assessores do Presidente, junto de sindicatos e associações ambientalistas, informando-os sobre a PA e solicitando informações sobre as temáticas escolhidas pelo PR. Com efeito, numa extensa nota elaborada no seio da Casa Civil do Presidente, são apresentadas sugestões sobre os aspectos que o Presidente deveria focar em cada dia, referindo-se aí, também, contactos e convites dirigidos a associações ambientalistas para estarem presentes junto do Presidente. O documento informa que "variadíssimas

¹⁰⁵ Programa da Presidência Aberta (Arquivo Mário Soares, pasta 1337.001, im. 44-131) Anexo 3

Associações de Defesa do Ambiente particularmente envolvidas nas questões da Área Metropolitana de Lisboa se reuniram, no dia 26 de Janeiro de 1993, para aprovação de um manifesto que constitua uma resposta da sociedade civil ao desafio lançado pelo Presidente da República".¹⁰⁶

A Presidência Aberta iniciou-se com um Fórum sobre "A Área Metropolitana de Lisboa" organizado pela Junta Metropolitana em que participaram, além do Presidente, o Ministro do Planeamento e Administração do Território e os autarcas de Lisboa, Seixal, Setúbal e Oeiras e ainda um especialista em questões demográficas. Após o Fórum, o Presidente sobrevoou de helicóptero a AML. A ideia de sobrevoar Lisboa foi sugerida ao Presidente no documento atrás citado com o argumento de "só do ar" serem detectáveis "questões" que deveriam "merecer uma particular atenção" do Presidente. O documento enumera essas questões e sugere que o Presidente "se faça acompanhar do Arquitecto Ribeiro Teles para comentar, pessoalmente, os aspectos referidos"¹⁰⁷. No helicóptero do Presidente viajaram, também, os canais de televisão RTP1 e SIC, o que garantia a mediatização da iniciativa.

Após esse voo introdutório, a Presidência Aberta deixou a capital e mergulhou na Área Metropolitana de Lisboa.

No dia 31, após várias visitas a equipamentos urbanos e ao Hospital de Vila Franca de Xira (objecto de um dossiê enviado pela direcção do Hospital, em Janeiro de 1993), o PR assistiu a um espectáculo do grupo "Resistência contra o Racismo", em Loures, durante o qual divulgou uma "mensagem contra o racismo e xenofobia". Tratou-se de um momento meticulosamente encenado para afirmar uma mensagem que constituía um dos temas escolhidos pelo Presidente para esta PA. O Presidente sentou-se na primeira fila da plateia e assistiu ao espectáculo entre a juventude que transbordava do salão. O seu assessor para a Juventude leu a mensagem em ambiente emotivo, provocando ruidosos aplausos. Fortes medidas de segurança haviam sido instaladas em toda a localidade de Loures e à volta do "Pavilhão Paz e Amizade" onde decorreu o espectáculo. O programa refere que "assistirão ao espectáculo cerca de cinco mil jovens portugueses, dos países de expressão oficial portuguesa e indianos". Com a "Declaração

¹⁰⁶ Notas referentes à Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa (arquivo Mário Soares, pasta 1623.004, im. 3-25)

de Loures" o Presidente "marcou o tom" do que seria um dos temas da Presidência Aberta¹⁰⁸. O racismo foi o tema do dia. Os títulos dos jornais analisados a seguir, bem como o Telejornal da RTP1 seguiram o enquadramento proposto pelo Presidente.

O dia 1 foi dominado pelo percurso em autocarro na Estrada Nacional 10 (EN10). O tema forte eram as acessibilidades ("acessos a Lisboa em hora de ponta"¹⁰⁹), outro dos temas escolhido pelo Presidente para esta PA. O Presidente é aconselhado no documento da sua Casa Civil a que venho aludindo, a efectuar uma paragem na Ponte do Trancão, "talvez o caso mais escandaloso e dramático de poluição das vias fluviais" e um autêntico "esgoto a céu aberto", como refere o documento. O Presidente é solicitado a parar ali para "chamar a atenção para esta situação que se vem perpetuando". O trajecto de autocarro constituiu um momento extremamente mediático da PA, não apenas pela actividade em si mesma, mas porque o Presidente lhe introduziu o episódio do guarda anteriormente referido, que tentou abrir-lhe o caminho para o livrar do engarrafamento do trânsito. A imagem do Presidente na janela do autocarro gritando ao guarda "Não queremos cá polícias", foi o momento mais em foco nesse dia, o que contrariou as expectativas do Presidente. Contudo, esse episódio acabou por mostrar as dificuldades do acesso a Lisboa vividas pela população, que constituía o objectivo do programa desse dia.

No dia 2, encontrou-se com agricultores em Manique do Intendente e em Vila Franca de Xira. O programa incluía, também, actividades culturais, mas a agricultura foi o tema dominante. A "nota" da Casa Civil detém-se sobre a situação dos agricultores que enfrentavam o risco de os subsídios comunitários cessarem. Era sugerido ao Presidente que se fizesse acompanhar de uma "especialista credenciada em matérias de Política Agrícola Comum", (cujo nome é indicado) sobre a qual se escreve na referida nota que "as referências em termos de rigor e seriedade são as melhores, com a vantagem de não se tratar do discurso oficial, mas sim de um discurso centrado na perspectiva do produtor"¹¹⁰. A RTP 1, o JN e o DN fizeram desse tema o assunto dos títulos.

¹⁰⁷ O Arquitecto Gonçalo Ribeiro Teles possuía posições extremamente críticas do Governo relativamente às questões ambientais.

¹⁰⁸ "Correio da Manhã", 31 de Janeiro de 1993

¹⁰⁹ Notas referentes à Presidência Aberta na rea Metropolitana de Lisboa (arquivo Mário Soares, pasta 1623.004, in. 3-25)

No dia 3, Soares embarcou num cacilheiro para travessia do Rio Tejo "pelo percurso da futura ponte" conforme consta do programa desse dia. Segundo a nota da Casa Civil, o Presidente foi acompanhado por 10 especialistas que lhe poderiam dar "perspectivas diferenciadas" sobre os problemas relacionados com a futura ponte. A nota resume as posições "previsíveis" que classifica de "genericamente críticas". Refere ainda que "as posições expressas por estas 10 individualidades, apesar de entre si diversificadas, constituem um contraponto às posições (e argumentações) oficiais, em geral meramente tecnicistas, do Ministério das Obras Públicas e do Gabinete do Atravessamento do Tejo em Lisboa". Foi, também, entregue ao Presidente um "dossiê de Imprensa referente à polémica gerada pela localização da nova ponte"¹¹¹.

Nesse dia, o Presidente assistiu, ainda, a um "briefing" sobre as "Reservas Naturais" e, em particular, a do Estuário do Tejo. A nota da Casa Civil sugere que o Presidente anuncie, nessa altura, a próxima Presidência Aberta dedicada ao Ambiente, "assumindo perante as associações convidadas (149, refere a nota) "um compromisso de empenho nesta matéria". A nota não se refere a outros pontos do programa, tais como a visita a uma Igreja do século XVI, ao "Aposento do Barrete Verde", e à homenagem a Sebastião da Gama. O Telejornal "pegou" na travessia do Tejo como o tema da peça sobre a PA, o mesmo acontecendo com os jornais.

No dia 4, o Presidente andou pelo Seixal e por Almada, onde visitou as obras da Biblioteca, Ludoteca e Videoteca do Seixal e o Moinho de Maré de Corroios. A visita ao Moinho de Maré foi a única a merecer menção na nota da Casa Civil. Diz-se na nota que "não se prevê qualquer intervenção do Presidente, para além de algumas, poucas, palavras de circunstância". Os jornais e a RTP 1 ignoraram, nos títulos e "leads", o programa do dia, preferindo salientar as manifestações estudantis e dos trabalhadores da Siderurgia Nacional que se juntaram à Presidência Aberta.

No dia 5, o programa foi dominado pela audiência, seguida de almoço, com o Primeiro Ministro, na Pousada de S. Filipe, em Setúbal. A nota da Casa Civil não apresenta sugestões para esse dia. As notícias do Telejornal e do DN foram dominadas pelo encontro do Presidente com o PM.

¹¹⁰ Op. cit.

¹¹¹ Op. cit.

No dia 6, Soares passou o dia em Montijo e Setúbal. A entrega de chaves de habitação social e o colóquio sobre “A pobreza e a Solidariedade” em que interveio o Bispo de Setúbal, iniciaram e encerraram o dia. A nota da Casa Civil não faz sugestões para este dia. O Telejornal e os jornais dão destaque aos temas pobreza e habitação, eleitos por Soares como temas da PA.

No dia 7, o programa é dominado por questões ambientais e do património. Soares assistiu ao lançamento da primeira pedra da Estação de Tratamento das Águas Residuais na Quinta do Conde em Setúbal e visitou a Lagoa de Albufeira. No final do dia, o Presidente instalou-se no Palácio da Pena em Sintra.

A nota da Casa Civil descreve a situação da Lagoa de Albufeira, informando que "está previsto um breve encontro com responsáveis da "Liga dos Amigos da Lagoa de Albufeira" e recomenda ao PR que se limite "a assistir às discussões e a, eventualmente, colocar algumas questões aos intervenientes". O Telejornal deteve-se na Quinta do Conde, mas o maior destaque foi para a mudança da PA para Sintra. A polémica da instalação do Presidente no Palácio da Pena (referida no capítulo anterior) influenciou as notícias, como adiante se refere.

No dia 8, o PR esteve em Oeiras e Cascais. As questões ambientais e da qualidade de vida, os bairros degradados, a visita à Comunidade Terapêutica da Fundação Portuguesa Para o Estudo, Prevenção e Tratamento da Toxicodependência e o encontro com jovens tóxi-dependente dominaram o programa. A nota da Casa Civil refere, apenas, as questões ambientais, recomendando ao Presidente que "poderia aproveitar a ocasião para, em conversas com responsáveis ou jornalistas, ou mesmo através de uma curta intervenção, abordar a questão fundamental das águas e das areias das praias da Linha." O Telejornal destaca a lixeira e a manifestações dos trabalhadores da FNAC, enquanto os jornais se dividem pela habitação e pela política (Cascais e Oeiras concelhos de maioria PSD). Os temas escolhidos pelo Presidente para a PA continuaram a estar em foco. O tema da toxico-dependência não teve, nesse dia destaque jornalístico.

No dia 9, os concelhos de Mafra e de Sintra ocuparam o dia do Presidente. Encontros com agricultores, um “briefing” sobre o Plano Director Municipal de Mafra, um passeio de “charrette”, uma palestra de José Saramago e um jantar na Penha Longa foram os pontos focados na nota da Casa Civil. O Presidente é aconselhado a "referir, em público

ou privado, a drástica e crescente descaracterização" da vila da Ericeira (Mafra) e a "apelar para uma certa contenção do frenesim da construção e especulação imobiliária de qualidade e enquadramento mais que duvidosos". A nota alerta-o, também, para o facto de a sua presença na Quinta da Penha Longa ("empreendimento controverso") poder ser considerado "como um apoio tácito". Os destaques jornalísticos deste dia foram para as manifestações de agricultores e para o passeio de "charrette", não fazendo menção a outros aspectos do programa.

No dia 10, o Presidente dedicou o dia a Amadora e Sintra. Contactou com a população caboverdiana, viajou de comboio, homenageou escritores e cantores e visitou as pegadas dos dinossauros, em Carenque. A nota da Casa Civil sugere que o Presidente faça "um apelo à preservação destes vestígios da pré-história e à sua posterior valorização museológica". As notícias destacaram o encontro com caboverdianos e as pegadas dos dinossauros. Os temas escolhidos pelo Presidente continuaram presentes na agenda dos media noticiosos.

No dia 11, já em Lisboa, a jornada presidencial começou com a abertura do Encontro Nacional da Habitação promovido por um conjunto de associações e federações ligadas ao tema habitação. À tarde, após visitas culturais, o Presidente participou num "briefing" sobre "revitalização da zona ribeirinha". À noite, evocou as tertúlias na Brasileira do Chiado e jantou no Parque Mayer onde participou num debate sobre o futuro do Parque.

A nota da Casa Civil é omissa quanto a este dia. Contudo, o Presidente dispunha de volumosos dossiês sobre os problemas da habitação na AML, enviados pelas associações e sindicatos que participaram no Encontro. Nesse dia, o Telejornal não noticiou a Presidência Aberta, enquanto os jornais se dividiram entre o tema habitação e o debate sobre o futuro do Parque Mayer - temas da agenda presidencial.

No dia 12, o Presidente almoçou com representantes das comunidades africanas e visitou o Hospital Egas Moniz, em Lisboa, onde se encontrou com doentes contaminados com sida. Visitou a Liga Portuguesa dos Deficientes Motores e participou num debate na Estufa Fria com cerca de 400 jovens sobre os problemas que afectam a juventude. Assistiu, depois, a um espectáculo de poesia e canção e visitou discotecas da zona ribeirinha. O programa recomenda ao Presidente que no Casalinho da Ajuda

proporcione "um debate informal sobre problemáticas sociais, como os Sem Abrigo e 3ª. Idade". A RTP destacou as comunidades africanas e a visita ao Hospital Egas Moniz. Os jornais privilegiaram, em títulos e "leads", as comunidades africanas.

No dia 13, penúltimo dia da PA na AML, o Presidente andou de eléctrico, teve um "briefing" com os responsáveis de "Lisboa/94 Capital da Cultura e ofereceu um jantar a várias personalidades para debate do tema "Como vê Lisboa?" com intervenientes de Lisboa e do resto do País, após o que foi aos Alunos de Apolo assistir a um concurso de dança. A RTP privilegiou o jantar-debate e o anúncio do programa do último dia. Os jornais incidiram sobre o passeio nas discotecas e os primeiros balanços da PA.

O dia 14 foi o dia do encerramento da PA na AML . Começou com um encontro com a "comunidade timorense", em Oeiras a que se seguiu uma visita ao Casal Ventoso e uma festa no Coliseu dos Recreios. Almoçou com os jornalistas que cobriram a PA, a bordo da Fragata Afonso de Albuquerque, e encerrou a PA com uma largada de paraquedistas no Parque Eduardo VII. Não há referências a estas actividades na nota da Casa Civil. O Telejornal destacou os timorenses e o Casal Ventoso e fez uma retrospectiva em "flashes" com as imagens mais pitorescas da PA. Timor, Casal Ventoso e a festa de encerramento foram os temas destacados pelos jornais.

Da análise do programa e dos documentos preparatórios da PA, constata-se que o Presidente seguiu a maioria das sugestões que lhe foram feitas pela sua Casa Civil, quer quanto aos locais a visitar, quer quanto às entidades a convidar e aos momentos em que interveio publicamente. Foi também sensível aos apelos oriundos de sindicatos e associações. Aceitou receber os manifestantes e falou-lhes nos locais onde realizaram manifestações.

As escolhas sobre os locais e temas da PA não deixaram de fora nenhum dos aspectos socialmente difíceis da Área Metropolitana de Lisboa. A solicitação de contributos às forças sociais da AML, conduziu ao apoio e mobilização dessas forças, como se prova pelos documentos de apoio e de incitamento chegados à Presidência oriundos dos mais variados sectores. Soares conseguiu, assim, que os seus objectivos fossem amplamente partilhados, surgindo a sua presença nos locais escolhidos, como a resultante natural de um conjunto de apelos que o Presidente da República não podia ignorar. Aliás, a

quantidade de solicitações para que o Presidente estivesse presente e a extensão dos problemas foram tais, que a organização do programa se tornou extremamente difícil, como provam as mais de cinco versões que teve. Como resulta da análise dos documentos, a PA baseou-se mais na presença do Presidente em locais-chave, do que, propriamente, nas intervenções que proferiu. A polémica resultou das intervenções e análises de convidados cuidadosamente escolhidos para cada caso, como provam os citados documentos e a cobertura jornalística da PA. O PR soube aproveitar o "valor-notícia" da notoriedade do cargo e da sua própria personalidade como político experiente e comunicador nato. A PA foi notícia, em primeiro lugar, porque o Presidente estava lá e, em segundo lugar, porque a polémica com o Governo era também um valor notícia. Estavam, pois, reunidas as condições necessárias para que os media estivessem presentes porque, além do mais, esses valores correspondem também à sua própria ideologia profissional.

Mediante um programa estrategicamente delineado, Soares deixou que as coisas naturalmente acontecessem, proporcionando a outros (sindicatos, ambientalistas, desempregados, idosos) a iniciativa das críticas ao Governo. O êxito da Presidência Aberta não foi difícil porque o Presidente possuía acesso fácil aos media e o seu desejo de ser notícia correspondeu, também, em grande medida, à necessidade que os media noticiosos possuem de notícias (Molotch e Lester, 1974). A análise da cobertura jornalística da PA na AML confirma esta conclusão.

2. 4. A Presidência Aberta na AML vista por Soares e por analistas

Nas reflexões posteriores do Presidente sobre a PA na AML inseridas no prefácio do volume *Intervenções 8*", em que faz o balanço do ano em que realizou a Presidência Aberta na AML (1993), Soares refere-se à "realidade negra" mostrada pela PA e recorda as reacções que essa PA provocou:

"1993 foi, para mim, um ano particularmente trabalhoso. Iniciou-se com a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, que provocou (como se lembram) um choque psicológico no País, dado ter sido, pela primeira vez, amplamente divulgada uma realidade negra, contraditória da tão festejada "democracia de sucesso", pelas televisões, então obrigadas a seguir quase todos os meus passos, em virtude da

concorrência desenfreada que, entre elas, se estabeleceu, com o aparecimento das privadas" (1994:25)

Nesse prefácio, Soares refere-se, pormenorizadamente, à polémica desencadeada por essa presidência aberta, afirmando-se fiel ao compromisso que tomara com o eleitorado que nele votara e com o País no seu conjunto, razão que apresenta para o seu "dever de avisar, chamar a atenção, em privado e em público, suscitar o debate, mesmo inquietar, quando (lhe) pareça ser caso disso", envolvendo nesse processo a sociedade civil, com a qual pretendia dialogar. A Presidência Aberta na AML foi, para Soares, o meio de concretizar esse compromisso. (Soares 1994: 27)

A visão pessimista de Soares sobre o ano de 1993, ano da PA na AML, está patente, também, na Mensagem de Ano Novo que dirigiu ao País no dia 1 de Janeiro de 1994. Diz o Presidente:

"Não podemos tapar os ouvidos, fechar os olhos, tentar ignorar a realidade"

E, mais adiante,

"Sei, como todos sabemos, que o ano que ontem terminou não deixou muitas saudades. Para a maioria dos portugueses não só não trouxe grandes melhorias como sujeitou alguns a um agravamento das suas condições de vida" (Soares, 1994:61)

No seu livro "Soares o Presidente", Maria João Avilez interpela Soares sobre a Presidência Aberta em Lisboa:

Sabe-se que essa Presidência-Aberta em Lisboa foi estudada ao milímetro, programada criteriosamente para pôr a nú as debilidades e as carências do "País de sucesso" e que assumiu um cariz muito mais politizado do que as anteriores. Além de ter sido prevista para coincidir com a abertura de um canal privado de televisão que, imediatamente, ampliaria – como ampliou – o evento (1997:268).

Soares não concorda com Avilez, negando a premeditação do "aspecto mediático", atribuindo-o, antes, a "uma coincidência fortuita". Não nega, contudo, "que terá tido a sua importância", não tanto, segundo diz, por coincidir com o início da SIC, "mas porque a própria RTP resolveu não ficar atrás e entrar, em matéria de liberdade de informação, em concorrência com a sua rival". Soares acusa o Governo de ter "reagido mal" à PA na AML e "entrado em colisão" com ele, no que, em sua opinião, "cometeu um erro". E recorda que a Presidência Aberta sobre o Ambiente foi "util" ao Governo

porque este "resolveu colaborar". Soares insiste com a jornalista que "se a atitude do Governo tivesse sido outra, mais aberta, dialogante e flexível, diferente teria sido a percepção política que o País teria tido da Presidência Aberta" (Avillez 1997:268).

A Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa foi um momento de confronto entre a perspectiva de um Portugal visto como um "oásis" e a de um Portugal "de barracas, de deficiências de todo o tipo, de desordem urbanística, de marginalidade, de pobreza estreme e dos ghettos sociais" (Soares, 1994).

Num artigo publicado no Diário de Notícias, em Fevereiro de 1993, em plena Presidência Aberta na AML, Medeiros Ferreira, deputado do PS, escrevia:

*"É deveras dramático o que se tem passado nesta Presidência Aberta: os excluídos da democracia de sucesso, em número impressionante que o folclore das reportagens televisivas não consegue escamotear, acorrem em massa para reivindicar um porta-voz para as suas dores nas instâncias do Poder"*¹¹².

Vasco Graça Moura, escritor e analista político, apresentava, no mesmo jornal, uma perspectiva crítica, relativamente à Presidência Aberta:

*"Se Portugal inteiro fosse como nos são mostrados vários concelhos da Área Metropolitana de Lisboa, estaríamos no pior país do mundo! Nem brasileiros, nem africanos quereriam vir até cá, sequer em turismo de classe económica!"*¹¹³

As manifestações contra o governo que envolveram esta Presidência Aberta foram mencionadas por Mesquita num artigo publicado no mesmo jornal:

*"A Presidência Aberta em Lisboa é o regresso do PREC! Deserdados da "cintura industrial" uni-vos! Até o Presidente, de palmada nas costas em palmada nas costas, parece meio apavorado com a "democracia de sucesso".*¹¹⁴

A análise da PA na AML mostra que Soares preparou cuidadosamente a iniciativa, baseado na observação atenta da realidade social e política portuguesa e nos numerosos contactos que manteve durante os dois mandatos com representantes da sociedade civil,

¹¹² Medeiros Ferreira, "Forças de bloqueio contra o poder pessoal", Diário de Notícias, 9 de Fevereiro de 1993, p. 9

¹¹³ Vasco Graça Moura, Diário de Notícias, 14 de Fevereiro de 1993, p. 2

¹¹⁴ Mesquita, "Onde Serafim Júnior reaparece e retoma o seu diário político", Diário de Notícias 12 de Fevereiro de 1993, p. 9

através dos quais percebia o pulsar da sociedade, nomeadamente o descontentamento que grassava nas diversas forças sociais. Soares costumava responder a quem se admirava com a quantidade de audiências, aparentemente desinteressantes e sem significado que concedia diariamente, que era nesses encontros que melhor percebia o estado de espírito das diversas forças políticas e sociais.¹¹⁵

O balanço oficial da Presidência Aberta na AML, é, aliás, significativo relativamente aos objectivos do Presidente:

“Durante os quinze dias em que percorreu os dezoito municípios da Área Metropolitana de Lisboa, o Presidente conviveu directamente com a dura realidade das grandes zonas urbanas: as barracas, as dificuldades de “habitação” e transportes, as carências de saneamento básico, os atentados ao ambiente, ao património e à qualidade de vida; a pobreza, ao lado da ostentação, a droga, a violência, o racismo, a solidão, o desenraizamento e o abandono dos idosos.

Promovendo o debate com as populações e os Municípios, procurou criar espaços para a construção de um futuro melhor.” (www.fundacao.mario-soares.pt)

A Presidência Aberta na AML foi considerada por jornalistas e politólogos como um acontecimento detonador da queda do Governo de maioria absoluta que vigorava em Portugal há quase 10 anos. Cavaco Silva conquistou a primeira maioria absoluta em Julho de 1987, após Soares ter convocado eleições antecipadas devido à queda do governo de coligação PS-PRD. Em Outubro de 1995, dois anos e oito meses depois da Presidência Aberta na AML, o Partido Socialista vence as eleições legislativas e António Guterres torna-se Primeiro Ministro. Soares não realiza mais nenhuma Presidência Aberta até final de mandato (a última data de Abril de 1994), dando assim, implicitamente, razão àqueles que o acusavam de utilizar as presidências abertas como meio de desgaste dos governos de Cavaco Silva.

Na entrevista a Maria João Avillez que tenho vindo a citar, escrita em 1997, Soares traça um retrato de Guterres, que explica, talvez, "o estado de graça" em que ambos viveram até final do mandato de Soares. Diz Soares:

¹¹⁵ Serrano (1986-96), Arquivo pessoal

"António Guterres tem vindo a revelar-se um estadista de nível excepcional (...) creio que será para Portugal um valor acrescentado inestimável e (...) está ainda no início do seu auspicioso percurso" (Avillez 1997:394).

A avaliar pelos resultados eleitorais de 1995, a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, foi uma estratégia conseguida. A análise da cobertura jornalística permite avaliar o contributo dos media noticiosos no sucesso desse “pseudo-acontecimento”.

2. 5. Cobertura jornalística da Presidência Aberta na AML

Segundo Traquina (2000:21) "os profissionais do campo político conseguem fazer passar eventos, em parte, devido à necessidade de acontecimentos dos jornalistas". Analisando as teorias de Molotch e Lester (1974), Traquina afirma que "a realidade política portuguesa está cheia de exemplos práticos" da criação de “pseudo acontecimentos”, apontando, entre outros, o caso da Presidência Aberta. Para Traquina (2000:22), "o Presidente da República lança a Presidência Aberta sobre o ambiente para colocar na agenda pública a questão do ambiente".

A Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, evidencia, igualmente, a correspondência entre a necessidade do Presidente da República ser notícia e as necessidades de acontecimentos dos jornalistas. Como também refere Traquina (2000:22), "no contexto da comunicação política o campo jornalístico constitui um alvo prioritário da acção estratégica dos profissionais do campo político". Sem a cobertura dos media noticiosos, a Presidência Aberta na AML não tinha atingido os objectivos do seu promotor. Por isso, Soares afirmou, desde início, que a presença dos meios de comunicação social era indispensável ao sucesso da PA. Contudo, como refere Traquina, não obstante "o grau de autonomia do campo jornalístico" constituir uma "variável nevrálgica" na constituição da agenda jornalística, a especificidade da cobertura jornalística da Presidência Aberta na AML, feita por jornalistas destacados para acompanhar o Presidente, facilitou a influência da "agenda política" (do Presidente) sobre a "agenda jornalística" e, a avaliar pela derrota do Governo nas eleições legislativas de 1995 que pôs fim à "teoria do oásis", a influência das agendas

política e mediática sobre a agenda pública (Rogers e Dearing 1988, citado em Traquina 2000:23).

A cobertura jornalística da PA na AML é um aspecto essencial do seu sucesso como estratégia de comunicação. Daí que, a análise dessa cobertura se revista de particular interesse para os objectivos deste trabalho. As páginas seguintes procuram, pois, explicitar como se organizou a cobertura jornalística da PA.

A organização de uma empresa jornalística impõe aos jornalistas uma hierarquia formal de autoridade. O proprietário é responsável pela nomeação do director ou directores que por sua vez, possuem sob a sua alçada editores formalmente responsáveis pela informação das respectivas secções. Noutro nível, estão os jornalistas e repórteres destacados para exteriores. Existem algumas diferenças de organização mas, no essencial, a estrutura mantém-se idêntica. A hierarquia formal nem sempre corresponde a uma influência sobre as notícias. Sigal (1973:14) cita um repórter do New York Times que afirmava que "o poder (no New York Times) é um elemento vaporoso que não permite localização". As decisões emanam de um colectivo onde é possível ver o que cada um faz, mas não se sabe o que pesa mais nas decisões, pelo menos os jornalistas da redacção não sabem, afirma o citado jornalista.

Um jornalista deslocado da redacção e destacado junto de uma organização não está sujeito aos mesmos constrangimentos de um seu colega sediado na redacção. Fora da redacção as escolhas são mais circunscritas. Habitualmente, o repórter destacado informa a editoria sobre o que tem intenção de cobrir. No decurso do dia os editores podem telefonar-lhe sobre questões que chegam de outras organizações, delegações ou órgãos de comunicação social.

Geralmente, a recolha de informação é deixada à iniciativa do repórter destacado. Ocasionalmente, o editor pode telefonar para sugerir uma ideia ou informar sobre um tema em destaque noutra media. Os serviços das agências introduzem constantemente novos temas que podem ser incorporados nas "estórias", ou sugerir novos contactos com as fontes da organização. A autonomia dos repórteres na recolha de informação pode levar a que os editores não saibam quem são as fontes dos seus repórteres. A distância liberta mais os repórteres da pressão dos editores.

A independência face à sala de redacção tem como contrapartida dependência face à organização onde o repórter está destacado. A pressão para obter notícias impele o repórter para os canais oficiais de rotina. Paradoxalmente, também a competição entre os repórteres na organização reforça a sua dependência face às fontes. A pressão para obter notícias primeiro leva os repórteres a cultivarem boas relações com as fontes, para obterem confidências e exclusivos (Sigal 1973:56). A jornalista Maria João Rocha que acompanhou a Presidência Aberta na AML, afirma:

*Quem está fora da redacção está como que "sem rede", isto é, está rodeado pelo acontecimento que está a cobrir e supervaloriza-o. Isso dá discussão com a redacção central.*¹¹⁶

Os jornalistas que cobrem o Governo e o Presidente são, muitas vezes, considerados uma elite. Frequentam determinados círculos onde, embora não exista formalmente muita informação, é possível estabelecer contactos, ver e ser visto. A frequência desses círculos e os contactos que se travam permitem resolver, muitas vezes, o problema da autenticação da informação, na medida em que criam relações de confiança entre os repórteres e as fontes.

Os jornalistas que cobriram a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa podem dividir-se em dois grupos: os que acompanhavam o programa em permanência e os que se deslocavam apenas para cobrir aspectos pontuais do programa. Os primeiros incluíam os diários nacionais, as rádios nacionais e locais e os canais de televisão. Os últimos abrangiam os semanários nacionais e locais e alguma imprensa estrangeira acreditada em Portugal.

Durante a Presidência Aberta, os repórteres e os assessores da Presidência frequentavam os mesmos locais sociais, sobretudo em localidades pequenas onde não havia muita escolha. Aí se contavam "estórias" e anedotas "off the record" e se cimentavam relações de amizade e confiança. Maria João Rocha afirma:

"A cumplicidade com as fontes pode levar a "amenizar" certas notícias desfavoráveis. Estar destacado para cobrir uma figura ou organização, pode empobrecer o trabalho,

¹¹⁶ Rocha, Maria João (1999) Comunicação pessoal, Setembro

na medida em que o jornalista perde o distanciamento com as fontes. O jornalista é envolvido num ambiente de familiaridade.(...)

Os encontros com as fontes, políticos, ou os seus assessores, são importantes porque fornecem informação de background e permitem um conhecimento pessoal que é importante e útil ao jornalista. (...) Eu diria que o jornalismo político requer do jornalista uma qualidade essencial que é o bom senso"¹¹⁷.

O que os jornalistas sabem depende, em grande parte, de quem eles conhecem, o que, por sua vez, depende de onde eles estão (Sigal 1973:46). A maioria dos jornalistas contacta, sobretudo, com as fontes e com os colegas que acompanham a mesma instituição. A sua relação com o resto da comunidade jornalística pode ser intermitente, mas a sua interacção com os colegas destacados é diária. Durante a Presidência Aberta, muitos jornalistas que acompanharam o Presidente ficaram confinados às fontes da Presidência.

A proximidade permanente do repórter relativamente à organização, ou figura pública, que cobre pode conduzi-lo a adoptar a perspectiva oficial sobre os assuntos (Fishman 1980). A linha entre o “role-taking” e a absorção é muito fina (Sigal 1973:47). Estudos feitos nos EUA e Canadá, nomeadamente por Sigal e Ericson et al (1989), mostraram que alguns repórteres deixam-se de tal modo envolver nos assuntos que tratam que agem como se fossem parte da organização que cobrem, tornando-se porta-vozes das suas fontes, em vez de observadores independentes. Em alguns casos, são uma espécie de assessores de imprensa daqueles cujos assuntos lhes compete cobrir. Este fenómeno verificou-se, em parte, na Presidência Aberta e existe, em geral, quando os jornalistas são destacados, durante dias ou semanas, junto de um político, como nas campanhas eleitorais. Timothy Crouse (1972) cita um jornalista do “Washington Evening Star” que dizia que o problema com o “press corps” reside no facto de existir a tendência de se ficar inserido num grupo, falar com fontes oficiais, agarrar-se ao passado e não se dar conta de que existem mudanças que só são percebidas em contacto com o público. Se os jornalistas não percebem essas mudanças e as potencialidades da sociedade perdem o contacto com o essencial e com a realidade.

Por outro lado, um repórter com uma relação prolongada com os assessores de uma organização para onde é destacado, pode desenvolver uma sensibilidade para certos

¹¹⁷ Op. cit.

sinais ou movimentos acerca de determinados temas. Pode detectar uma “nuance” que o leve a inferir uma mudança de política. Sem essa proximidade o repórter pode desprezar certos sinais ou não compreender o significado de um comentário por parte da fonte.

Na Presidência Aberta, alguns jornalistas que acompanhavam o Presidente durante todo o tempo comentavam, desfavoravelmente, análises de colegas que só apareciam na comitiva esporadicamente (como era o caso de um dos dois repórteres do Expresso que aparecia junto da comitiva apenas um ou dois dias antes do fecho da edição, ou em aspectos pontuais do programa com interesse político especial), acusando-os de não compreenderem o significado de atitudes ou palavras do Presidente.¹¹⁸

2. 5. 1. Imprensa

A análise da cobertura jornalística da Presidência Aberta na AML abrangeu quatro órgãos de informação escrita e um canal de televisão. Foram considerados os textos publicados de 28 de Janeiro (dia em que o Presidente convocou a imprensa para anunciar o programa) a 15 de Fevereiro de 1993, último dia da Presidência Aberta, num total de dezanove dias. A Presidência Aberta iniciou-se formalmente no dia 30 de Janeiro.

Nos dezanove dias analisados (Quadro 9), o Diário de Notícias (DN) fez referência à Presidência Aberta em trinta e seis páginas, (entre as quais 4 vezes em primeira página) o Jornal de Notícias (JN) em vinte e nove (3 vezes em primeira página) e o Correio da Manhã (CM) em trinta e três (nenhuma em primeira página).

O Expresso, nas três edições analisadas (dias 31 de Janeiro e 6 e 13 de Fevereiro), inseriu referências à Presidência Aberta em quinze páginas (uma vez na primeira página).

Dos três diários analisados, o DN foi o jornal que cobriu com maior extensão e destaque a Presidência Aberta, o que corresponde a uma tradição de perfil "institucional" que foi a sua durante muitos anos. O JN foi ultrapassado pelo CM em número de páginas com referências à PA (29 para o primeiro, 33 para o último), o que é natural, dado o facto de o JN possuir o seu público principal na região norte do País. No que se refere a primeiras páginas, o DN mantém o maior número (4) seguido do JN (3). O CM não faz

¹¹⁸ Freire, Manuel, (2000) Comunicação pessoal, Maio, (jornalista da Agência Lusa)

referência de primeira página à PA em qualquer dos dias analisados. Uma explicação para isso pode estar no facto de este jornal não ter enviado nenhum dos seus jornalistas a acompanhar a PA, tendo utilizado os serviços da Agência.

Quadro 9
Páginas com menções à Presidência Aberta

Data	Diário de Notícias		Jornal de Notícias		Correio da Manhã		Expresso	
	Páginas <i>Nº.total</i>	1º. Pág. <i>Nº.</i>	Páginas <i>Nº.total</i>	1º. Pág. <i>Nº.</i>	Páginas <i>Nº.total</i>	1º. Pág. <i>Nº.</i>	Páginas <i>Nº.total</i>	1º. Pág. <i>Nº.</i>
28/02/93	2	x	1		2			
29/02/93	2		1		1			
30/01/93	3	x	1				3	
31/01/93	2		4	x	1			
01/02/93	3		2	x	1			
02/02/93	1		1		3			
03/02/93	1		1		1			
04/02/93	1		1		1			
05/02/93	1		1		3			
06/02/93	2		2		1		3	x
07/02/93	1		2		1			
08/02/93	2	x	1		1			
09/02/93	2	x	1		2			
10/02/93	2		1		1			
11/02/93	1		3		3			
12/02/93	3		2		3			
13/02/93	2		3	x	2		9	
14/02/93	3		1		1			
15/02/93	2				5			
Total	36	4	29	3	33	-	15	1

No que se refere ao número de imagens publicadas (Quadros 10 e 14), o DN possui o maior número (29), seguido do CM (26). O JN vem em último lugar com 24 imagens publicadas. A explicação para o elevado número de imagens publicadas pelo CM prende-se com o perfil deste jornal, de cariz essencialmente popular, com grande destaque de imagem.

O Expresso publicou nas três edições, catorze imagens alusivas à PA.

Quadro 10
Número de imagens (fotografias e "cartoons") publicadas

Data	Diário de Notícias		Jornal de Notícias		Correio da Manhã		Expresso	
	Soares	Outros	Soares	Outros	Soares	Outros	Soares	Outros
28/02/93	1		1		1			
29/02/93				1				
30/01/93	1	1	1				1	
31/01/93	1		2		2			
01/02/93	2		2		2			
02/02/93	1		1		3	1		
03/02/93	1	1	1		1			
04/02/93	2		1					
05/02/93	2		1		1			
06/02/93	1		1				3	1
07/02/93	1	1	1		1			
08/02/93	2		1		1			
09/02/93	2		1		2			
10/02/93	2		1					
11/02/93	1		1	2	2			
12/02/93	1		1		1			
13/02/93	2	1	2				5	6
14/02/93	1		1		1			
15/02/93	2		1		5	2		
Total	25	4	21	3	23	3	9	7
Total geral	29		24		26		16	

O DN manteve, durante os 15 dias em que durou a PA, duas jornalistas em permanência, uma terceira que acompanhava apenas alguns pontos do programa e um fotógrafo.

No JN, a cobertura foi acompanhada em permanência por uma jornalista, embora tivessem existido, também, em dois dos dias em que decorreu a PA, dois textos assinados por dois outros jornalistas. O menor número de repórteres destacados para acompanhar o Presidente corresponde no JN, comparativamente ao DN, a um menor número de notícias (Tuchman 1978). O JN não destacou nenhum repórter fotográfico para a cobertura da PA, tendo utilizado o serviço fotográfico da Agência Lusa.

O CM, apesar de não ter destacado nenhum jornalista para acompanhar a Presidência Aberta, publicou, diariamente, despachos da Agência Lusa. No dia da apresentação do programa da PA, o CM enviou ao Palácio de Belém um jornalista, tendo sido o único jornalista do CM a assinar um texto sobre a PA. Como se verá na análise dos títulos e "leads", a PA constituiu, contudo, um tópico com interesse noticioso para o CM.

O Expresso cobriu a Presidência Aberta com uma jornalista em permanência e um jornalista que chegava à comitiva um dia antes da saída do jornal. O Expresso publicou notícias sobre a Presidência Aberta na AML em três edições e referências na rubrica "Gente" (uma na edição de 30/1, quatro na de 6/2 e quatro na de 13/2, num total de nove). Trata-se de "faits divers", género não considerado na análise dos títulos e "leads". O Expresso fez igualmente referências à PA na rubrica "Quente e Frio" (rubrica que classifica segundo uma escala de valores "mais e menos", "sobe e desce", etc., figuras públicas) e uma fotografia na primeira página, na edição de 6 de Fevereiro, com uma extensa legenda/notícia.

No sentido de apurar se o Diário de Notícias, o Jornal de Notícias o Correio da Manhã e o Expresso corresponderam à estratégia presidencial e seguiram os enquadramentos propostos, foram analisados os títulos e "leads" das notícias publicadas em cada um dos jornais, durante dezanove dias, num total de 78 notícias. Foram excluídas as "breves" (pequenas notícias), os editoriais, comentários e outros artigos de opinião.

Por outro lado, foi feito o levantamento dos locais constantes do programa oficial da PA¹¹⁹, com o objectivo de apurar se esses locais foram objecto de cobertura noticiosa, quais ficaram de fora dessa cobertura e, nesse caso, tentar perceber as razões dessa exclusão.

A. Locais e temáticas das notícias

Os três diários analisados iniciaram a publicação de notícias sobre a PA no dia 28 de Janeiro, com a apresentação do programa no dia 27, pelo Presidente, em conferência de imprensa. No dia 29, véspera do início da PA, o Jornal de Notícias e o Correio da

¹¹⁹ Anexo 4

Manhã publicavam reacções de autarcas ao programa da PA, enquanto o Diário de Notícias não inseria qualquer notícia. No dia 30, o DN e o JN noticiavam o início da PA com peças de antecipação do programa. O CM não lhe fazia qualquer referência. Nos seguintes dezasseis dias, os três jornais publicaram diariamente notícias sobre a PA. Dos dezoito concelhos visitados pelo Presidente (Alcochete, Almada, Amadora, Azambuja, Barreiro, Cascais, Lisboa, Loures, Mafra, Moita, Montijo, Oeiras, Palmela, Seixal, Sesimbra e Setúbal, Sintra, Vila Franca de Xira), todos tiveram referências nos textos jornalísticos, à excepção de Palmela (referida apenas no Correio da Manhã), Moita e Mafra (ausentes na cobertura do Diário de Notícias). Contudo, estas localidades são mencionadas como constando do programa da PA nos títulos e "leads" das notícias publicadas por ocasião do anúncio do programa feito pelo Presidente, no dia 27 de Janeiro.

O Quadro 11 mostra-nos que o Correio da Manhã foi o jornal que mais concelhos cobriu, o que aparenta ser consequência de ter utilizado, exclusivamente, o serviço da Agência Lusa que cobriu todos os concelhos. O DN foi, dos três diários, o que menos concelhos cobriu, apesar de ser o que mais páginas dedicou à PA, o que significa que se concentrou em menos locais. De qualquer modo, a cobertura dos concelhos visitados pelo Presidente é muito elevada por parte dos três diários.

O Expresso concentrou-se nos concelhos de Lisboa, Setúbal, Loures, Sintra e Oeiras. A escolha apresenta duas possíveis interpretações: a primeira relaciona-se com o valor notícia "actualidade", na medida em que nos dias em que foi publicado (30/1, 6 e 13/2), o Presidente se encontrava nesses concelhos. A segunda, mais plausível, refere-se à circunstância de se tratar de concelhos fortemente politizados, dado o protagonismo dos seus autarcas, figuras de relevo nos seus partidos.

Quadro 11
Concelhos com cobertura jornalística

Concelhos visitados pelo PR	Concelhos noticiados			
	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Correio da Manhã	Expresso
18	15	16	17	5
%	83%	88,8%	94,4%	27,7%

Fonte: Arquivo Mário Soares

Para análise das temáticas constantes dos títulos e "leads" das notícias publicadas no DN, JN, CM e Expresso, além das categorias temáticas anunciadas pelo Presidente - "juventude", "habitação", "acessibilidades/transportes", "pobreza/3ª. idade", "saúde", "minorias étnicas", "qualidade de vida/ambiente/cultura" e "sectores produtivos" - foram criadas, as categorias "objectivos gerais da Presidência Aberta", "política" e "outras", as quais apresentam as características sugeridas por Laurence Bardin (1977:120)¹²⁰: exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, produtividade, objectividade e fidelidade.

Na primeira destas categorias – “objectivos gerais da PA” - foram incluídos temas que abrangiam várias das categorias definidas pelo Presidente, anunciadas como objectivos gerais da Presidência Aberta, como "o PR convive diariamente com os problemas da AML" (DN 30/1), ou "o PR levará aos 18 concelhos da AML (...)" (JN 30/1) ou "o PR deseja que a próxima PA aproxime o Presidente das populações" (CM 28/1).

Na categoria "política" foram incluídos temas envolvendo o PR, o Governo, os autarcas e os partidos em situação de polémica ou confronto. São exemplo, títulos como "Soares faz discurso de isenção" (DN 31/1) ou "Polémica política, sim, aproveitamento partidário não" (JN 28/1) ou - "Ainda não começou e Presidência Aberta já dá polémica" (CM 29/1) ou "Soares contra "equívoco das forças de bloqueio" (Expresso 30/1).

Na categoria "outros" foram incluídos temas que não se enquadravam em nenhuma das categorias anteriores, como "Polémica sobre quartel de bombeiros", no CM de 13/13 e "Continuaremos intransigentes nas soluções para Timor" no JN de 15/2.

B. Títulos

Relativamente às categorias temáticas atrás referidas, apenas a categoria "saúde" ficou fora dos títulos nos três diários analisados (Quadro 12).

¹²⁰ citado em Lopes, Felisbela (1999)

Quadro 12
Tematização dos títulos
(em bold os valores mais elevados)

Temas	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Correio da Manhã	Expresso
Objectivos gerais da PA	11,5%	8,7%	12%	
"juventude"	3,8%	4,3%	4%	
"habitação"	7,6%	4,3%	16%	
"Acessibilidades/transportes"	19,2%	8,7%	20%	
"saúde"*				
"minorias étnicas"	11,5%	8,7%	4%	
"qualidade de vida/ambiente/cultura"	15,3%	26%	28%	40%
"pobreza/3ª. idade	7,6%	4,3%	4%	
"sectores produtivos"	7,6%	8,7%		
"política"	15,3%	22%	8%	60%
Outros		4,3%**	4%***	

*embora excluída do título e do "lead" a visita do PR ao Hospital Egas Moniz foi referida no JN no dia 13 no 1º. parágrafo da notícia; ** Timor; ***Quartel dos Bombeiros

No DN, a categoria temática "acessibilidades/transportes" foi a mais sublinhada, seguida de "qualidade de vida/ambiente/cultura", com igual número de referências. Além da ausência do tema "saúde", o menos referido nos títulos do DN é o tema "juventude". No DN, os títulos mostram um comprometimento com as questões urbanas (da AML), a reflectir a sua natureza de diário mais direccionado para a metade sul do País, paralelamente às questões políticas, o que se reflecte não apenas na categoria temática "política", mas também no relevo dado à questão das "minorias étnicas" e "objectivos gerais da PA".

O JN e o CM privilegiam, nos títulos, a "qualidade de vida/ambiente/cultura", a par da "política". No JN, o terceiro e quarto temas mais referidos são, "acessibilidades/transportes", "minorias étnicas" e "sectores produtivos" (agricultura) (3ª. referência) e "juventude", "habitação", "pobreza/3ª. idade" (4ª. referência). Estes dados podem explicar-se pelo perfil do jornal. De facto, tratando-se de um diário cujos leitores se situam sobretudo no norte do País, interessava menos aos seus leitores conhecer os problemas urbanos da Área Metropolitana de Lisboa, como sejam acessibilidades, transportes, habitação, etc., do que questões de âmbito menos

localizado, como sejam a polémica politico-partidária e as questões da qualidade de vida, ambiente e cultura.

No Correio da Manhã, o tema "acessibilidades/transportes" ocupa o segundo lugar nas referências dos títulos, seguido do tema "habitação", "política" e "objectivos gerais da PA". Neste jornal, a provar a sua qualidade de jornal de características populares, os títulos privilegiaram os aspectos lúdicos da PA ("qualidade de vida/ambiente/cultura") e as questões ligadas ao dia a dia dos habitantes da área urbana, como as "acessibilidades/transportes" e a "habitação". Por outro lado, o facto de a cobertura ter sido baseada quase totalmente no serviço da Agência Lusa, explica o baixo valor encontrado no tema "política", na medida em que a tradição da Agência é a de um jornalismo mais ligado aos "factos" ("hard news", Tuchman 1978) do que à sua interpretação.

No Expresso, o tema mais focado nos títulos foi "política", seguido de "qualidade de vida/ambiente/cultura". Todos os outros temas estiveram ausentes dos títulos do Expresso. Estes dados confirmam a natureza do Expresso como um jornal de perfil essencialmente político.

C. "Leads"

Relativamente aos temas focados nos "leads", (Quadro 13) existem algumas diferenças. Assim, no DN, a categoria "política", possui o maior número de referências, seguida de "acessibilidades/transportes", surgindo estas categorias com posição invertida relativamente aos títulos.

No JN, o tema mais referido nos "leads" é "objectivos gerais da PA", surgindo o tema "política" em segundo lugar, posição que mantém nos títulos.

No CM, mantém-se a posição relativa dos temas nos "leads" e nos títulos, com a particularidade de o tema "acessibilidades/transportes" ter aumentado o número de referências nos "leads" relativamente aos títulos, mantendo, contudo, o segundo lugar nas referências, a seguir ao tema "qualidade de vida/ambiente/cultura".

No Expresso, o enfoque temático e a sua posição relativa é a mesma em títulos e "leads", com maior peso para a categoria "política".

Quadro 13
Tematização dos "leads"

Temas	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Correio da Manhã	Expresso
"objectivos gerais da PA"	11,5%	30,4%	8%	
"juventude"	3,8%		4%	
"habitação"	3,8%	4,3%	12%	
"acessibilidades/transportes"	19,2%	8,6%	24%	
"saúde"*		4,3%		
"minorias étnicas"	15,3%	4,3%	4%	
"qualidade de vida/ambiente/cultura"	11,5%	17,3%	28%	40%
"pobreza/3ª. idade"			4%	
"sectores produtivos"	7,6%	4,3%		
"política"	26,9%	26%	16%	60%
Outros				

(em bold os valores mais elevados)

Embora com algumas diferenças no enfoque temático, os títulos e os "leads" mostram o predomínio das notícias "hard" Tuchman (1978), no sentido de "apresentações factuais de ocorrências consideradas noticiáveis", incluindo nesta classificação os acontecimentos de rotina. Num estudo sobre a cobertura da mensagem do Presidente dos EUA ao Congresso sobre o "Estado da União", Schudson (1982, 1993:284) refere que o estabelecimento do "lead" como convenção jornalística tornou claro que os jornalistas se tornaram intérpretes das mensagens do Presidente, o que é confirmado nos "leads" do DN, JN e Expresso, em que o tema "política" se sobrepõe a outras temáticas definidas pelo Presidente como alvos da PA. Com efeito, a grande maioria dos "leads" dos citados jornais coloca o enfoque nos efeitos políticos da presença do Presidente nos locais por onde passou, como se pode verificar no Quadro 13.

D. Imagens

Relativamente às imagens publicadas pelos jornais analisados, como atrás se refere, em números absolutos o DN foi o que maior número publicou (29, das quais, 4 na primeira página), seguido do CM com 26, (das quais 3 na primeira página), e do JN com 24 (das

quais, 3 na primeira página). O Expresso publicou 16 imagens, das quais uma na primeira página.

Quadro 14

Imagens publicadas sobre a PA

	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Correio da Manhã	Expresso
Nº. de Páginas	36	29	33	15
Nº. total de Imagens (PR e outros)	29	24	26	16
%	(80,5%)	(82,7%)	(78,7%)	(106%)

Analisando, contudo, o número de imagens totais (Presidente e outros) publicadas por cada um dos jornais (Quadro 14), relativamente ao número de páginas dedicadas à Presidência Aberta, verifica-se que o Expresso foi o jornal que mais "ilustrou" a Presidência Aberta, com uma percentagem de 106% de imagens, seguido do JN com 82,7%, do DN com 80,5% e do CM com 78,7%. Contudo, o Expresso, no que respeita a imagens publicadas, foi o jornal que mais se distanciou da figura do Presidente (43,8% das imagens são da categoria "outros"), embora tenha sido o que mais ilustrou a PA.

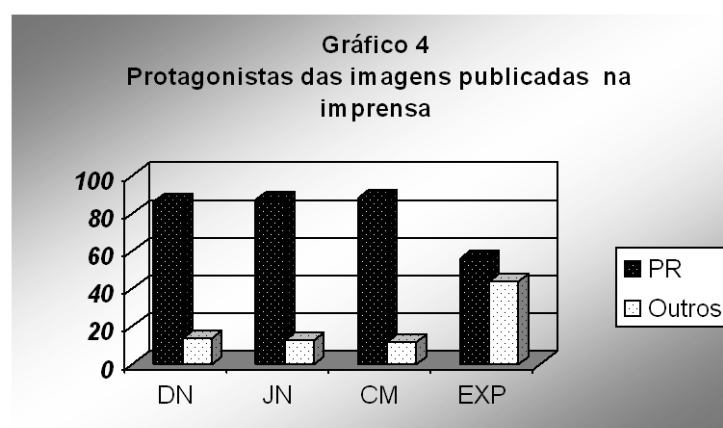
Schudson (1982-1993:280) aponta o facto de, nos EUA, as convenções jornalísticas estabelecerem que um presidente é o actor mais importante em qualquer acontecimento no qual tome parte. Embora possam existir quadros políticos onde isso não aconteça, os dados constantes do Quadros 15 e do Gráfico 4 provam que na cobertura da PA os jornalistas se mantiveram fiéis a essa convenção. De facto, no DN, o Presidente e a Presidência Aberta são os actores principais em 65,3% dos títulos, 88,4% dos "leads" e 86,2% das imagens publicadas. No JN, em 91,3% dos títulos e dos "leads" e em 87,5% das imagens. No CM, em 84% dos títulos, 96% dos "leads" e 88,4% das imagens. No Expresso, em 80% dos títulos, 60% dos "leads" e em 56,2% das imagens.

Quadro 15

Percentagem de títulos e "leads", tendo como actores principais o Presidente e a Presidência Aberta

Diário de Notícias		Jornal de Notícias		Correio da Manhã		Expresso	
títulos	"leads"	títulos	"leads"	títulos	"leads"	títulos	"leads"
65,3%	88,4%	91,3%	91,3%	84%	96%	80%	60%

O JN foi o que maior protagonismo deu ao Presidente nos títulos que publicou, seguido do CM e do Expresso. No que se refere aos "leads" o Correio da Manhã ultrapassou os restantes no destaque dado ao Presidente seguido do JN e do DN.



Relativamente aos protagonistas das imagens publicadas nos jornais analisados (Gráfico 4), foram consideradas duas categorias: "PR" e "outros". Os dados mostram que o Presidente possui um protagonismo muito superior a "outros" em todos os jornais analisados, embora no Expresso a diferença seja bastante menor do que nos jornais diários.

O Correio da Manhã foi o jornal que, proporcionalmente, publicou maior número de imagens do Presidente. Ora, não sendo o CM um jornal que dedique grande espaço à política e aos políticos, e possuindo um perfil reconhecidamente conservador, esse facto pode dever-se ao perfil do CM que o define como um jornal muito ilustrado que, não dispondo de um fotógrafo no local, recorreu ao seu arquivo ou às fotografias da Agência Lusa. Confrontando os dados obtidos quanto às imagens publicadas com os temas dos títulos e "leads" de cada um dos jornais a que as percentagens respeitam (Quadros 12 e

13), verifica-se que os títulos e "leads" se limitaram, quase só, a reportar o programa do Presidente, destacando as suas reacções e discursos, ainda que as reportagens divulgassem também (com muito menor destaque) as presenças e as intervenções de membros do governo, deputados e autarcas que acompanhavam o Presidente. Os títulos e "leads" reflectem, por outro lado, aspectos pitorescos ou organizativos da PA, quase sempre favoráveis ao Presidente, a denotarem uma grande proximidade entre os jornalistas e a comitiva do Presidente (DN 3/2, 7/2; JN 11/2, 6/2; CM 3/2, 9/2). Aliás, Maria João Rocha, uma das jornalistas do Diário de Notícias que acompanhou a Presidência Aberta, comentou a esse respeito:

"O acompanhamento de eventos em que a deslocação de jornalistas é organizada pelos promotores desses eventos e em que os jornalistas viajam em conjunto cria uma solidariedade maior entre os jornalistas. Não há tanta concorrência como quando se está nas redacções. Por exemplo, as caravanas organizadas pelos partidos políticos criaram um estilo novo, envolvendo todos no mesmo autocarro. Existe uma ligação entre os jornalistas que é favorecida pela distância relativamente às respectivas redacções. Relativamente ao staff, é óbvio que nessas condições existe uma maior proximidade e também cumplicidade com o staff que se traduz no "chamar à parte" tomar um café, por exemplo".¹²¹

O facto de o CM não possuir um jornalista a acompanhar o programa e ter utilizado os despachos da agência, teve como resultado uma maior variedade de temas cobertos, embora todos eles incidissem sobre o programa da PA e privilegiassem os temas propostos pelo Presidente. A diferença entre a cobertura do CM, relativamente aos restantes diários, reside apenas no facto de, no CM, não existir um fio condutor do dia a dia da Presidência Aberta devido ao carácter solto dos textos de agência.

Os dados apurados permitem, pois, concluir, que os temas definidos pelo Presidente foram seguidos pelos jornais analisados, tendo os mais focados sido idênticos nos quatro jornais. Estes resultados confirmam a dependência dos jornalistas que acompanharam o Presidente, quer das fontes oficiais (presidenciais), quer relativamente aos colegas de outros jornais que também acompanhavam a PA (Sigal 1973, Crouse, 1974, Molotch e Lester 1974-1993, Fishman 1980, Ericson e al. 1981).

¹²¹ Rocha, Maria João (1999) Comunicação pessoal, Setembro

A nível da cobertura de imprensa, os locais visitados pelo PR e as temáticas por ele escolhidas foram seguidos pelos jornalistas. Com efeito, dos locais (concelhos) da AML visitados pelo Presidente (Quadro 11) 83,% a 94% tiveram cobertura jornalística nos três diários analisados e 27,7% no semanário Expresso. Relativamente aos enquadramentos, os jornalistas não se afastaram das temáticas propostas pelo Presidente, tendo a percentagem da categoria "outros" sido ínfima nos três diários e inexistente no semanário Expresso. A elevada percentagem da categoria "política", classificada entre os dois temas mais focados no DN e no JN e ocupando o primeiro lugar no Expresso, mostra que os jornalistas apreenderam e interpretaram o conteúdo político da PA, nomeadamente, a tensão permanente que caracterizava as relações entre o Governo e o Presidente. Embora Soares tenha sempre negado a existência de conflito ou tensão nessas relações, esse elemento esteve presente desde o primeiro momento e correspondia à própria lógica da PA. O "grau de autonomia do campo jornalístico" a que se refere Traquina (2000:22), levou os jornalistas a introduzirem na cobertura da PA o tema "política", o que correspondia aos objectivos do Presidente.

Ao acompanharem o Presidente em todos os locais escolhidos por ele e ao privilegiarem as suas mensagens nos títulos e nos "leads" das notícias, os media noticiosos favoreceram o objectivo da Presidência Aberta que era dar visibilidade às carências da Área Metropolitana de Lisboa, contrariando, implicitamente, a teoria do "oásis" defendida pelo Governo. Nascida precisamente do conflito latente entre um Governo maioritário e um Presidente da República que queria mostrar a esse governo que não podia, impunemente, marginalizá-lo, a Presidência Aberta na AML foi um instrumento de afirmação da sua "magistratura de influência" junto da população da AML e do País. O apoio de grupos sociais significativos, o descontentamento e saturação provocados por quase 6 anos de um governo de maioria absoluta e a presença constante de jornalistas dos mais importantes media nacionais e locais (pouco interessados em distanciar-se ou questionar a estratégia presidencial) garantiram o sucesso e a eficácia da Presidência Aberta. A experiência política de Soares e o gosto pelo contacto com o povo na rua, aliados ao discurso fácil, constituíram outros contributos valiosos para o seu sucesso.

2. 6. Cobertura televisiva

A PA na AML teve lugar alguns meses após o início das emissões de televisão privada em Portugal¹²², iniciando uma era de competição desenfreada entre estações públicas e privadas (Rebelo 1993; Traquina 1998) com a estação SIC a inaugurar uma nova linguagem televisiva de rompimento com a tradição de cobertura institucional da televisão pública. Essa Presidência Aberta foi também o lugar de confronto entre a SIC e a RTP, gerador de manifestações recíprocas do mimetismo que, segundo Rebelo (1993) caracterizou os primeiros tempos de televisão privada em Portugal, com consequências notórias:

"Os principais acontecimentos políticos nacionais e internacionais, foram objecto de uma cobertura televisiva até agora inédita. Sobretudo nos primeiros três meses da competição (...) desceu-se ao "país real" e a mais pequena aldeia do interior passou a ser informação: para a SIC e para a televisão do Estado, anteriormente bem discreta a este respeito" (Rebelo, 1993:653-77).

A cobertura da Presidência Aberta na AML feita pela RTP foi apontada como invulgar, no que se refere à extensão das peças, por Manuel Homem de Melo, analista político, no Diário de Notícias:

*"Nenhuma outra (presidência aberta) foi "coberta" tão exaustiva e pormenorizadamente pela Comunicação Social, inclusive pela RTP".*¹²³

No mesmo sentido e no mesmo jornal se pronunciou Guilherme de Melo, analista político e escritor:

"Nunca a comunicação Social esteve tão atenta, sobretudo a televisão estatal, à cobertura de qualquer Presidência Aberta"

A análise da cobertura televisiva da Presidência Aberta deparou-se com algumas dificuldades. Como refere Traquina (1998), não existe uma análise detalhada da programação televisiva em Portugal na nova era da competição entre televisão pública e

¹²² A Sic inaugurou os seus programas em Outubro de 1992 e a TVI em Fevereiro de 1993

¹²³ Manuel José Homem de Melo, "A Presidência Aberta e a ressaca que provocou", Diário de Notícias, 14 de Fevereiro de 1993, p. 9

televisão privada. Uma das razões para isso deve-se, em grande parte, às dificuldades no acesso aos arquivos das estações de televisão¹²⁴.

No que respeita à Radiotelevisão Portuguesa (RTP), foi analisada a cobertura da Presidência Aberta no seu principal bloco informativo – o Telejornal das 20h00, incluindo o "Jornal de Sábado" e o "Jornal de Domingo" - de 30 de Janeiro a 14 de Fevereiro de 1993. Durante esses dezasseis dias, apenas num dia (11 de Fevereiro) não houve referência à Presidência Aberta.¹²⁵

Foram analisadas 30 peças que correspondem às peças onde a Presidência Aberta ou o Presidente foram mencionados (Quadro 16)

Quadro 16
RTP, Canal 1, Telejornal

Data	Número de peças do alinhamento	Posição da PA no alinhamento	Duração
30 de Janeiro	13	6^a.	1'48"
31 de Janeiro	14	10^a.	1'29"
1 de Fevereiro	17	6^a.	1'50"
2 de Fevereiro	14	10^a.	1'27"
3 de Fevereiro	20	16^a.	4'1"
4 de Fevereiro	14	8^a.	1'47"
5 de Fevereiro	17	5^a.	2'47"
6 de Fevereiro	13	1^a.	12'
7 de Fevereiro	7	5^a.	21'
8 de Fevereiro	15	10^a.	2'54"
9 de Fevereiro	18	17^a.	1'47"
10 de Fevereiro	18	5^a.	6'18"
11 de Fevereiro	20	Não houve cobertura	
12 de Fevereiro	18	11^a.	1'55"
13 de Fevereiro	17	2^a.	5'25"
14 de Fevereiro	14	4^a.	4'7"

Fonte: RTP, Centro de Documentação

Relativamente à posição das peças no alinhamento do Telejornal, verificou-se que apenas num dia (6 de Fevereiro) a Presidência Aberta foi notícia de abertura. Tratou-se de um Sábado, dia em que a situação em Angola levou a dirigente da UNITA, Fátima Roque, a deslocar-se a Setúbal, sede temporária da Presidência Aberta, para um encontro com o Presidente. O Telejornal abriu com imagens dessa audiência, a que se

¹²⁴ No que respeita à SIC, existiu, à partida, uma dificuldade insuperável, resultante do facto de, no momento em que esta investigação é levada a efeito (Novembro de 1999 a Junho de 2000), a SIC não dispôr de uma videoteca. Segundo uma responsável desta estação, o acesso aos alinhamentos está vedado a entidades externas, destinando-se apenas a uso interno. Quanto às gravações, só mediante o pagamento de seis mil e quinhentos escudos cada meia hora de gravação, sendo que a duração mínima de gravação para venda é de 30 minutos.

segiu o tema da pobreza. Essa audiência, não obstante não constar do programa oficial da PA, correspondia a um objectivo anunciado pelo Presidente, no sentido de, ao manter o exercício normal das suas funções fora do Palácio de Belém, chamar a atenção do País para uma região (neste caso Setúbal) onde as individualidades que o queriam encontrar se deveriam deslocar.

No dia 13 de Fevereiro, o PR surge na segunda notícia, também a propósito da situação em Angola, numa declaração emitida em directo a partir da Cervejaria Trindade, onde o Presidente se encontrava num jantar oferecido a representantes da cultura, artes e espectáculo. O Telejornal abriu com o tema Angola e a Presidência Aberta veio a seguir, com o tema da tóxico-dependência no Casal Ventoso, a que se seguiu uma entrevista directa do Presidente.

Nos restantes dias, a PA surge seis vezes nas primeiras seis notícias, em alinhamentos que oscilaram entre um mínimo de sete e um máximo de 20 peças.

A. Duração das peças

A duração das peças da Presidência Aberta oscilou entre um mínimo de 1' 29" e um máximo de 21' (Quadro 16). Para efeitos de contagem de duração, não foram incluídas as intervenções do Presidente surgidas no Telejornal fora das peças sobre a Presidência Aberta. Contudo, uma vez iniciada a peça sobre a PA, eventuais declarações do Presidente sobre outros temas solicitados pelos jornalistas contaram como tempo dedicado à PA.

Num trabalho de Felisbela Lopes (1999:101) sobre o telejornal, a autora salienta que a duração média de uma peça do Telejornal das 20h00 do Canal 1 da RTP, em 1988 e 1992, era de 1' 30". Os dados constantes do Quadro 16 mostram uma média de 4 minutos de duração de cada peça dedicada à Presidência Aberta.

A peça de maior extensão possui 21 minutos e foi transmitida no dia 7 de Fevereiro. Incluiu reportagens sobre os temas ambiente, habitação clandestina, condições de vida ("ridículas", afirmou o "pivot") tratamento de esgotos na Lagoa de Albufeira, manifestações com bandeiras negras contra a fome. As reportagens foram sublinhadas musicalmente com a canção de José Afonso "Eles comem tudo", uma canção emblemática do 25 de Abril com conotações com a exploração dos trabalhadores e a

¹²⁵ Reportagens sobre a Presidência Aberta foram, contudo, transmitidas nos restantes 8 espaços informativos no Canal 1 da RTP, no dia 11 de Fevereiro de 1993, (DAD Serviço de Análise de Emissão)

miséria. A peça encerrou com uma extensa entrevista ao Presidente feita em directo a partir de Sintra, uma das sedes da PA.

A segunda peça de maior extensão é a do dia 6 de Fevereiro. O tema de abertura da peça foi a audiência concedida pelo PR à dirigente da UNITA, Fátima Roque, mas a "pobreza" foi o tema dominante, com uma peça de enquadrando do debate "A pobreza e a Solidariedade", realizado em Setúbal, em que interveio o Bispo de Setúbal. O enquadramento do tema mostrou protestos de reformados e de empregados da indústria corticeira. Incluiu também um "directo" do local de realização do debate.

No dia 10 de Fevereiro, a reportagem da PA teve a duração de 6 minutos. A peça foi dedicada ao problema dos emigrantes clandestinos, assunto da peça anterior que estabeleceu a "ponte" para a reportagem da PA. O "pivot" introduziu a PA com a frase "O Presidente da República não fugiu a este assunto", surgindo, a seguir, o PR em discurso directo num comício sobre emigrantes, enquanto o repórter sublinhava, "o Presidente está atento a tudo". A peça continuou com o Presidente no meio da multidão que empunhava cartazes com frases como "O PR solidário". A peça incluiu, ainda, a manifestação dos trabalhadores da Siemens, terminando com o Presidente, sempre entre a multidão, a entrar no comboio "em 2ª. classe como toda a gente", (diz o repórter).

Nos dias 3 e 14 de Fevereiro, as peças possuem 4 minutos e nos dias 5 e 8 de Fevereiro, 2 minutos e meio. Nos restantes dias, possuem cerca de 2 minutos.

B. Temas e locais

De acordo com as categorias temáticas consideradas na análise dos textos jornalísticos dos jornais que integram o "corpus", verificam-se algumas diferenças significativas entre a cobertura de imprensa e a cobertura televisiva. De facto, à luz dos dados apurados, os "sectores produtivos" são os mais focados no Telejornal (17,6%) (Quadro 17), não abrangendo apenas a agricultura, mas também a indústria, com referência às crises na FNAC, Siemens, Carris, indústria metalúrgica e corticeira. A explicação mais plausível para este predomínio reside na mobilização dos sindicatos e associações de trabalhadores que, como atrás se refere, organizaram vistosas manifestações contra o Governo.

O segundo maior enfoque do Telejornal (14,7%), foi para as categorias "pobreza/3ª. idade", "qualidade de vida/cultura/ambiente" e "outros" (incluindo nesta,

Angola e Brasil, à semelhança do que aconteceu nos jornais). De referir que a categoria "outros" se refere a audiências que Soares concedeu a individualidades, como o Embaixador do Brasil e dirigentes da UNITA que, embora não directamente relacionadas com as temáticas da PA, funcionavam favoravelmente aos desígnios do Presidente, na medida em que constituíam uma manifestação da autoridade e do prestígio do Presidente da República.

Em último lugar, sem qualquer referência, surge a categoria "política" (ao contrário dos jornais, onde esta categoria surge sempre bem colocada) e, em igualdade de situação, as categorias "saúde", "juventude", "acessibilidades/transportes", "minorias étnicas" e "objectivos gerais da PA" (5,4%). Este dado corresponde ao "distanciamento" que Weaver (1993) analisou nos noticiários de televisão. Apesar de, na entrevista feita ao Presidente, no dia 21 de Fevereiro, ele ter sido questionado sobre as críticas feitas pelo PSD, a ausência da categoria "política" nos enfoques do Telejornal explica-se pelo facto de o Presidente ter sempre negado responder directamente a questões de política partidária. Como refere Weaver (1993), as notícias de televisão são concebidas para ser "lidas" na totalidade através da imagem e do som. O Presidente percebeu que as imagens da PA falavam por si.

Quadro 17
Categorias temáticas do Telejornal
(em bold os valores mais elevados)

Temas	Telejornal %
"objectivos gerais da PA"	5,4%
"juventude"	5,4%
"habitação"	8,8%
"acessibilidades /transportes"	5,4%
"saúde"*	5,4%
"minorias étnicas"	5,4%
"qualidade de vida/ambiente/cultura"	14,7%
"pobreza/3ª. idade"	14,7%
"sectores produtivos"	17,6%
"política"	0%
Outros	14,7%

Fonte: Centro de Documentação da RTP

Os dados do Quadro 17 mostram que o Telejornal privilegiou os aspectos mais espectaculares do programa, como sejam as manifestações de trabalhadores, os "banhos de multidão" que envolviam o Presidente, além de aspectos ("background") ligados à preparação de determinados eventos do programa, cujo valor notícia residia, essencialmente, na novidade que constituía, na altura, a televisão mostrar aspectos como os "bastidores" do programa presidencial, o almoço entre o Presidente e o Primeiro Ministro, dia 5 de Fevereiro, em Setúbal, o jantar na Cervejaria Trindade e o Presidente na escola de dança Alunos de Apolo, no dia 13 de Fevereiro. São, essencialmente, aspectos simbólicos que correspondem ao discurso do próprio Mário Soares ao afirmar, como atrás se refere, que "os portugueses têm interesse em saber aquilo que (o Presidente) faz, aquilo que diz, e como se relaciona com as pessoas que o visitam, estrangeiros ou nacionais". "Como serviço público", diz o Presidente, "a televisão deve noticiar objectivamente as intervenções públicas e as actividades do órgão de soberania unipessoal Presidente da República"¹²⁶.

A cobertura televisiva da Presidência Aberta, feita pela RTP, permitiu ao Presidente um contacto quase directo com o público sem a mediação dos jornalistas¹²⁷ (Hallin 1997), na medida em que os repórteres da RTP reproduziram o discurso do Presidente, não apenas em discurso directo (diferido, "falso directo", ou "ao vivo"), mas também repetindo frases suas (quer o "pivot" que introduzia no estúdio as peças, que o repórter que acompanhava o Presidente). Além disso, a câmara do Telejornal seguia o Presidente no ambiente "natural" onde ele se movimentava, numa tentativa de aproveitar todos os pseudo-acontecimentos da PA para contar uma boa "estória" (Weaver 1993).

Relativamente aos concelhos visitados pelo Presidente e cobertos pelo Telejornal, o Quadro 18 mostra que ficaram de fora do Telejornal os concelhos da Moita, Almada, Barreiro e Palmela, este apenas focado pelo CM, e Moita, ausente do DN. Almada e Barreiro foram cobertos pelos três diários. À excepção do Expresso, a RTP foi, de entre os media noticiosos estudados neste trabalho, o que menos concelhos cobriu, o que significa uma maior selecção de temas (derivada das limitações de espaço/tempo) e, ao

¹²⁶ Soares, Mário, (1991) Mensagem à Assembleia da República, 5 de Junho

¹²⁷ Hallin, Daniel, "Sound Bites News: Television Coverage of Elections" (1997) in Shanton Iyengar e Richard Reeves (editors) *Do The Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America*, Sage Publications, Inc.

mesmo tempo, uma preocupação de apresentar o noticiário como uma unidade temática (as peças surgem encadeadas, dando precisamente a ideia de unidade, às vezes forçada) (Weaver, 1993).

Quadro 18
Concelhos com cobertura do Telejornal

Concelhos visitados	Concelhos cobertos pelo Telejornal
18	14
%	77,7%

Fonte: RTP, Centro de Documentação

Aspecto significativo na cobertura do Telejornal é a onnipresença do Presidente em todas as peças. De facto, não existe um único Telejornal, entre 30 de Janeiro e 14 de Fevereiro (à excepção do dia 11 em que o Telejornal não se referiu à PA) em que o Presidente não surja como actor principal, no meio da multidão, falando e ouvindo manifestantes, em cerimónias protocolares ou, informalmente, fumando charuto.

C. Estrutura das peças do Telejornal

Weaver (1993) afirma que o noticiário de televisão se organiza em função do tempo enquanto o jornal se organiza em função do espaço e de uma forma mais estruturada, como um todo para ser visto e apreendido como tal, ao contrário do jornal que pode ser lido em várias fases e segundo uma selecção operada pelo leitor que não é possível, ou pelo menos tão fácil no noticiário de televisão. A própria apresentação das “estórias”, diz Weaver, difere profundamente, na medida em que a televisão obriga a uma maior selecção de temas (derivada das limitações de espaço/tempo) e ao mesmo tempo existe uma preocupação de apresentar o noticiário como uma unidade temática. Por outro lado, o leitor do jornal dispõe de um sumário na primeira página que lhe permite organizar a sua leitura, o que dificilmente pode fazer no caso da televisão, apesar da introdução de “sumários” frequentes ao longo do noticiário televisivo.

A cobertura da PA na AML surge estruturada em dois eixos: o “centro” - a redacção da RTP e a “periferia” - o terreno onde decorria o programa da Presidência Aberta. Da análise efectuada ressalta uma extrema rotinização da cobertura, sobretudo pela natureza das fontes utilizadas (fontes oficiais) e da estratégia presidencial para atrair os

jornalistas (os temas escolhidos, os banhos de multidão, as manifestações de trabalhadores no caminho do Presidente conjugavam-se com o interesse jornalístico, devido ao efeito espectacular/mediático de que se revestiam). De facto, o profissionalismo atingido pelos “promotores” (Molotch e Lester) aliado às pressões do tempo e à própria natureza do trabalho jornalístico, conduziram a situações de verdadeira dependência dos jornalistas face ao “staff” do Presidente. Esse problema era ainda agravado pela própria dependência logística dos jornalistas face aos organizadores da Presidência Aberta, na medida em que necessitavam de autorização para acesso a instalações particulares e a outros locais para instalação de equipamentos para emissões em directo, as quais foram frequentes na cobertura da Presidência Aberta na AML.

Na cobertura televisiva da PA as peças eram introduzidas pelo "pivot" do telejornal com a fotografia de Mário Soares no canto direito do écran. O "pivot" apresentava o tema quase sempre com frases usadas pelo Presidente, de que são exemplo, "O Presidente quer conhecer os problemas reais"¹²⁸, "o PR quis conhecer tudo" "a resposta de Soares é mostrar-se solidário" (02/02), "O Presidente foi conhecer as condições de vida ridículas (...)" (07/02), "O Presidente mostrou as contradições da sociedade portuguesa" e "São imagens que ficarão na memória de todos" (14/03). Noutras peças, a fotografia do Presidente, no canto direito do écran, ostentava uma legenda "PR solidário" (10/02) "Soares preocupado" (14/02). Por outro lado, além das palavras do "pivot" e das imagens apresentadas, também os repórteres no local reforçavam as peças, com frases como "Mário Soares é o centro de todas as atenções" (06/02), "O Presidente não vira as costas" (07/02), "Soares sente a crise e diz que têm razão" (09/02), "Mário Soares está atento a tudo" (10/02), "O Presidente cara a cara com a capital" (13/02).

Na cobertura televisiva da PA foi patente a procura de “uma linha de narração unificadora” (Gurevitch e Blumer 1990-1998) para a produção de um todo coerente. Como consequência deste tipo de cobertura, temas ou aspectos que não se inserissem na lógica desses “pacotes” acabaram por ficar de fora. Foi o caso dos concelhos anteriormente mencionados.

A cobertura feita pelo Telejornal dos temas anunciados pelo Presidente, nomeadamente as imagens espectaculares das numerosas manifestações que acorreram aos locais onde

¹²⁸ Garcia, Henrique, (1993) RTP 1, 1 de Fevereiro

o Presidente passava, aliada à representação da sua figura como o homem que se preocupava com o povo, o ouvia e o entendia (conforme os títulos das peças televisivas), contrastando com a representação de um Governo que acusava alguns "tiques de autoritarismo" (Avillez 1997), representaram um golpe mortal no "cavaquismo". Soares não se poupou a conceder todas as entrevistas que lhe foram solicitadas pelos repórteres televisivos e a permitir a realização de "directos" a partir de locais até então sem acolhimento nos telejornais (como a preparação do almoço que ofereceu ao Primeiro Ministro na Pousada de Setúbal no dia 5 de Fevereiro), facilitando ao máximo a cobertura televisiva da Presidência Aberta e, neste caso concreto, desmentindo, implicitamente, que pretendesse afrontar o Governo.

A análise da cobertura jornalística mostra que a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa foi um momento de afirmação plena da estratégia política de Soares. Essa estratégia passava pela afirmação, perante o Governo (acusado por Soares de o marginalizar, (Avillez 1997), dos poderes de influência do Presidente da República, nomeadamente a capacidade de mobilização dos cidadãos para causas que considerava nobres (o direito a uma habitação condigna, a um ambiente sem poluição, a hospitais e lares de 3ª. Idade, a transportes em condições, independentemente da raça e da cor). Essas causas foram convertidas em objectivos (temas) da Presidência Aberta e transformadas em libelos acusatórios contra o Governo pelas organizações sociais a quem Soares solicitou colaboração e convidou a participar e a fazer-se ouvir. Por outro lado, a tensão existente entre o Presidente e o Governo, e o carácter polémico dos temas abordados pela PA correspondiam aos valores que o "profissionalismo jornalístico", tradicionalmente, reconhece como noticiáveis, o que garantia uma cobertura jornalística assídua e atenta, como veio a acontecer.

O objectivo presidencial de mostrar o outro lado do "oásis" e do "Portugal de sucesso", contou com a colaboração do seu aparelho comunicacional que, embora de pequena dimensão, estava sintonizado com os objectivos do Presidente. Contou ainda com uma imprensa adversarial (Patterson 1997) relativamente ao Governo e, especialmente, com uma televisão pública em fase de auto-afirmação face ao novo canal privado, necessitando de "descolar" do Governo, e mostrar ao público o chamado "País real".

IV Parte

Conclusões

A intenção que esteve na base desta investigação foi, em primeiro lugar, saber se o aparelho comunicacional do Presidente da República (PR) correspondeu às novas regras de funcionamento do espaço público e se adaptou à mediatização da vida política.

Em segundo lugar, averiguar se, à semelhança do que acontece nas democracias ocidentais, também em Portugal o desenvolvimento da "democracia mediática" provocou mudanças no estilos e nas estratégias de comunicação do PR.

Em terceiro lugar, analisar a Presidência Aberta e, em particular, a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, realizada em 1993, como estratégia de comunicação de Mário Soares.

A análise do aparelho comunicacional do Presidente da República baseia-se na convicção de que, para ser praticada com êxito, uma estratégia de comunicação necessita de um aparelho organizado e mobilizado. Foi, assim, analisada a evolução desse aparelho desde 1976 a 2000, nomeadamente, o seu quadro de pessoal, os meios existentes e os métodos de funcionamento, durante um espaço de tempo considerado significativo, como sejam, o primeiro e último ano de cada mandato, relativamente aos Presidentes Eanes e Soares e o primeiro e penúltimo ano do mandato do Presidente Sampaio, coincidindo este último ano com o termo da presente investigação.

A investigação tentou, também, apreender as principais diferenças entre o aparelho comunicacional do Presidente da República, em Portugal, e o aparelho de comunicação do Presidente dos EUA. No mesmo sentido, foram, também, analisados os aparelhos de comunicação dos governos do Reino Unido e da Alemanha, não obstante os dados disponíveis sobre estes últimos serem bastante mais escassos.

A evolução da estratégia de comunicação do Presidente da República foi analisada com base na agenda presidencial, uma vez que se trata do único registo oficial das actividades diárias do Presidente da República.

Partindo, das tipologias dos acontecimentos de Daniel Boorstin (1961), Molotch e Lester (1974), Hall et al (1973) e Tuchman (1983), foram construídas quatro categorias de pseudo acontecimentos e quantificada a utilização que cada Presidente fez de cada uma delas.

A partir de instrumentos teóricos pluridisciplinares articulados em torno de trabalhos de autores que se têm debruçado sobre estratégia de comunicação política - Mannheim (1991, 1993, 1998), Franklin (1994), Gurevich e Blumler (1998), Paletz (1998), Patterson (1997, 1998), Pfetsch (1998), Norris (1998), Hanson (1996), Herbers (1995), Reeves (1997), Graber (1999), Cronkite (1999) - foi analisada a estratégia de comunicação de Mário Soares, nomeadamente as presidências abertas, e, em especial, a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, como estudo empírico de um “pseudo acontecimento” concebido para dar visibilidade ao Presidente da República.

A análise da cobertura jornalística da Presidência Aberta constituiu um aspecto fundamental da presente investigação, uma vez que se tornava importante saber se os media noticiosos corresponderam aos objectivos do Presidente Mário Soares, isto é, se as mensagens e os enquadramentos desejados pelo PR foram seguidos pelos jornalistas. Os trabalhos de Sigal (1973), Fishman (1980), Tuchman (1972), Ericson et al., (1989) sobre as relações entre jornalistas e fontes e também os estudos sobre o “agenda setting” no contexto da comunicação política, nomeadamente, os de Mc Combs e Shaw (1972), Traquina (1995), Rogers e Dearing (1988 e 1991), W. Lance Bennett e Jarol Mannheim (1993), David Paletz (1998) e Barbara Pfetsch (1998), revelaram-se de extrema utilidade.

Não obstante as limitações decorrentes, sobretudo, da inexistência, em Portugal, de estudos empíricos sobre os órgãos do Estado, os dados apurados permitem sistematizar algumas conclusões:

Em primeiro lugar, o aparelho de comunicação do Presidente da República, em

Portugal, não está profissionalizado, quer do ponto de vista organizativo, quer de pessoal, quer ainda em termos de estruturas físicas e logísticas, ao contrário do aparelho de comunicação do Presidente dos EUA, ou do Primeiro Ministro do Reino Unido (os mais profissionalizados de entre os três analisados). De facto, o aparelho de comunicação do Presidente da República limita-se a um pequeno grupo de pessoas (que integram a Assessoria para a Comunicação Social) cujo número oscilou entre um máximo de seis com Eanes, três com Soares e quatro com Sampaio, enquanto que, na administração americana, esse número atingiu, durante a administração Clinton, 35 membros.¹²⁹

Por outro lado, na Assessoria para a Comunicação Social da Presidência da República, não existe uma clara distribuição de funções entre os seus membros, ao contrário do que acontece na Casa Branca, onde a especialização de funções entre o "staff" de imprensa é muito acentuada.

Também no que se refere às funções do porta-voz do Presidente, em Portugal essa função é meramente teórica, sendo que apenas Eanes e Soares utilizaram essa figura. No caso americano, o porta-voz é uma figura importante no staff do Presidente, o que, aliás, acontece também no Reino Unido. Essa diferença deve-se, fundamentalmente, ao facto de se tratar de sistemas políticos diferentes, sendo que, em Portugal, o Presidente da República não detém funções executivas, ao contrário do que acontece nos EUA onde o Presidente é directamente responsável pela administração.

No que se refere aos procedimentos adoptados na relação do "staff" presidencial com os media noticiosos, salvaguardando as diferenças já apontadas relativamente à dimensão do aparelho americano, pode dizer-se que o funcionamento dos diferentes aparelhos estudados não difere substancialmente. Com efeito, quer nos canais de comunicação utilizados, na criação de acontecimentos, ou na organização de viagens, as regras não variam no essencial, apesar da sofisticação que o "staff" da Casa Branca coloca na organização das operações mediáticas do Presidente.

¹²⁹ Dados fornecidos pela Embaixada de Portugal em Washington, 1999

O aparelho de comunicação do Presidente da República, em Portugal, tende a seguir o modelo americano no que se refere, por exemplo, às deslocações do Presidente e à organização dos apoios aos jornalistas que o acompanham, não obstante se verificar, nesse campo, uma diferença importante que consiste na inexistência, em Portugal, de um "press corps" permanente na Presidência da República, ao contrário do que acontece na Casa Branca. Em Portugal, a constituição das "comitivas" de jornalistas que acompanham o Presidente nas suas deslocações no País e no estrangeiro é meramente pontual, exceptuando o caso da agência Lusa que mantém, regularmente, um jornalista na cobertura dos assuntos da Presidência.

Apesar da escassez de estudos sobre os aparelhos de comunicação dos Chefes de Estado da Alemanha e do Reino Unido, (os estudos referem-se sempre ao governo), creio poder afirmar que o caso alemão é o que mais se aproxima do português.

No que respeita à estratégia de comunicação do Presidente da República, o levantamento das actividades constantes da agenda de cada Presidente no período acima citado, tornou possível obter dados significativos, não apenas quanto ao número total de "pseudo acontecimentos" relativos a cada Presidente, mas também quanto às suas diferentes categorias.

De facto, os "pseudo acontecimentos" constituem um elemento essencial da estratégia presidencial, como prova o seu crescimento contínuo desde 1976: no 1.º ano do primeiro mandato, a agenda de Eanes inclui 16 "pseudo acontecimentos" e, no último ano de Sampaio, a sua agenda refere 304.

De entre as categorias analisadas, as "aparições públicas" foi a mais usada, com o Presidente Sampaio a deter o maior número.

Soares apresenta o maior número de "viagens ao estrangeiro" e de "contactos formais e informais com jornalistas", enquanto Sampaio é, dos três Presidentes, o que menos cultiva os contactos com os jornalistas (exceptuando o primeiro ano do primeiro mandato de Eanes, durante o qual a agenda refere apenas um).

Por outro lado, as viagens do Presidente no País e no estrangeiro constituem outro importante meio de visibilidade do Presidente da República, como provam o número

crescente de deslocações no País e no estrangeiro (não obstante o reduzido número de deslocações de Soares, no País, no último ano do segundo mandato).

Os contactos com os jornalistas constituíram, com Eanes e Soares, um instrumento importante da estratégia de comunicação, instrumento que, contudo, não é utilizado por Sampaio com a mesma frequência.

Os “pseudo acontecimentos” constituem, pois, um importante instrumento de comunicação política do Presidente da República, não apenas durante campanhas eleitorais, mas também no exercício diário das suas funções. Com efeito, os dados apurados confirmam que as agendas dos presidentes, nos períodos analisados, privilegiam a criação permanente de situações “mediáticas”. Esses dados confirmam, também, a teoria da “campanha permanente” desenvolvida, entre outros, por Blumenthal (1980) e Pfetich (1998), segundo a qual a democracia mediática não afecta apenas os períodos eleitorais, mas também os períodos entre eleições. Aliás, próximo do final dos primeiros mandatos de cada Presidente, a realização de “pseudo acontecimentos” é mais intensa, particularmente, as categorias “aparições públicas” e “contactos formais e informais com os jornalistas”.

Os dados permitem, pois, concluir, que a estratégia presidencial, desde 1976 até ao presente, se orientou no sentido da procura de uma maior visibilidade do Presidente da República, sendo essa visibilidade conseguida, fundamentalmente, através da presença do PR em aparições públicas de carácter essencialmente simbólico.

No sentido de perceber o significado e o papel do “pseudo acontecimento” Presidência Aberta, como estratégia de comunicação do Presidente Mário Soares, foi estudada a sua génese, desenvolvimento e tipologia, com base nos discursos e reflexões de Soares, em análises de políticos, jornalistas, analistas e em depoimentos de jornalistas e assessores.

Com base nas tipologias de acontecimentos de Boorstin (1961), Molotch e Lester (1974-93), Hall et al (1973) e Tuchman (1983), foi possível esboçar uma tipologia da Presidência Aberta que a confirma como um “pseudo acontecimento” criado para dar visibilidade ao seu “promotor”, isto é, ao Presidente da República.

Por outro lado, os modelos de gestão da informação estudados por Manheim (1998) e Pfetsch (1998), permitem enquadrar, teoricamente, a Presidência Aberta na AML no modelo centrado nos media, não obstante se encontrarem nela elementos característicos do modelo político (Quadro1).

Com efeito, as presidências abertas inserem-se no modelo de gestão da informação centrado nos media, na medida em que incluem alguns dos formatos mediáticos e se adaptam à lógica dos media, sendo a conquista de apoiantes e o uso de construções simbólicas e de emoções (característicos desse modelo) evidentes em muitas das iniciativas constantes dos seus programas. A preocupação de conseguir cobertura mediática favorável e apoio popular, usando a lógica dos media e oferecendo um produto simbólico, maximizando as "chances de cobertura" mediática favorável, indicia, um predomínio do modelo centrado nos media. Contudo, a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa possui, também, elementos característicos do modelo político, como prova o facto de o Presidente orientar as suas mensagens de acordo com o objectivo (político) de contrariar o discurso governamental do "Portugal de sucesso". Esta dualidade corresponde, aliás, à própria classificação que Gomes Canotilho e Vital Moreira (1991) fazem do sistema de governo da Constituição da República Portuguesa, "forma de governo parlamentar com uma componente presidencial".

Relativamente à cobertura jornalística, a Presidência Aberta na AML obedece às condições que Tuchman (1983) descreve como indispensáveis à sua inclusão na "rede noticiosa", por parte dos media noticiosos: decorreu num "espaço" susceptível de interessar os leitores/espectadores - o espaço urbano de uma grande cidade -; foi protagonizada por uma "instituição com elevado grau de noticialidade - o Presidente da República; e abordou "assuntos" que era suposto interessarem os leitores/espectadores. A PA na AML possuía, assim, à partida, elevadas probabilidades de atrair os media noticiosos. À luz dos dados apurados, foi exactamente isso que aconteceu.

O facto de os jornalistas precisarem de notícias tanto quanto os políticos precisam de ser objecto delas (Ericson et al 1989) levou a formas de convergência, patentes na coincidência entre os enquadramentos definidos pelo Presidente e os enquadramentos jornalísticos, como prova o facto de serem quase inexistentes, nas notícias, categorias temáticas não anunciadas pelo Presidente. (Quadros 12 e 13).

Jornalistas e fontes partilharam os mesmos conceitos de "valor notícia" (Ericson et al 1989, Molotch et Lester 1974). Ao conseguir concentrar os repórteres na cobertura da Presidência Aberta, o Presidente reforçou o predomínio dos canais oficiais (Sigal 1973), levando os jornalistas que o acompanharam a tornarem conhecidas do público as suas posições sobre temáticas que interessavam à sua estratégia política. As notícias foram, assim, "aliadas" do Presidente da República (Molotch e Lester 1993).

A investigação confirmou, por outro lado, a partilha de informação e o consenso sobre as notícias entre os jornalistas que cobriram a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa, fenómenos analisados, entre outros, por Sigal (1973), Fishman (1980), Tuchman (1983), Ericson et al (1989). De facto, a similitude de títulos e "leads", publicados pelos diários analisados e os testemunhos de jornalistas que acompanharam a PA, atestam comportamentos "de colaboração" (Sigal 1973) entre os repórteres e ligação aos canais de rotina da Presidência da República.

A cobertura jornalística da Presidência Aberta na AML, mostra, também, uma extrema personalização em torno da figura do Presidente (característica do modelo de estratégia centrado nos media). Com efeito, Soares surgiu em 90% das fotografias publicadas nos jornais analisados, quer em actos formais, quer misturado com o povo ou perante manifestações de protesto contra o governo, em que ele surgia como um político preocupado com os assuntos do povo e do País.

As audiências concedidas a visitantes estrangeiros e o "despacho" semanal com o Primeiro Ministro correspondem à teoria de Pfetsch (1998) sobre um dos objectivos do modelo político de gestão da informação: tornar visível o papel do Presidente. Sem nunca assumir um discurso crítico contra o governo, o Presidente deu a palavra ao povo (que se manifestava), permitindo o acesso (do povo) aos media através da sua presença junto dos manifestantes.

A Presidência Aberta constituiu, pois, um instrumento estratégico de comunicação do Presidente Soares que o criou e executou, em primeiro lugar, para conseguir visibilidade. Para isso, concebeu um programa cujo objectivo era mostrar "o outro lado" do "País de sucesso" de que falava o governo.

Para o sucesso dessa estratégia, Soares precisava de atrair os media noticiosos, o que não foi difícil dado os seus interesses coincidirem, neste caso, com os interesses e as ideologias do jornalismo que privilegiam a polémica e a conflitualidade. De facto, a figura do Presidente serviu de elemento catalizador do “negativismo do adversário”, de que falam os estudos sobre os sistemas presidencialistas.

Como refere Manheim (1998), a Presidência Aberta na Área Metropolitana de Lisboa mostra, também, que o sucesso de uma estratégia de comunicação depende, mais da existência de objectivos claramente definidos e conhecidos de quem os executa, do que de um aparelho de comunicação formal e burocrático (que Soares não possuía).

Lisboa, Outubro de 2000

BIBLIOGRAFIA

Abélès, Marc, "Rituels et Communication Politique Moderne", in *Hermes*, n°. 4 (Le Nouvel Espace Public), Paris, CNRS, 1989

Amaral, Mota (1990), *Diálogo nos Açores*, Impraçor

Avillez, M^a. João (1997), *Soares, O Presidente*, Público

Bennett W. Lance, e Mannheim, Jarol B. (1993), "Taking the Public by Storm: Information, Cuing, and the Democratis Process in the Golf Conflict", *Political Communication*, Volume 10

Boorstin, Daniel J. (1961), *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, First Vintage Books Edition, (1992)

Bosséno, Christian-Marc, "L'oeil était dans la tombe - François Mitterrand au Panthéon" (21 mai 1981), *Vértigo*, n°. 7/8, 1991, p. 173-186

Bourdieu, Pierre (1989), *La Noblesse D'Etat - grandes ecoles et esprit de corps*, Paris, Les Éditions de Minuit

Bourdieu, Pierre (1997), *Sobre a Televisão*, Oeiras, Celta Editora

Boyce, David G. (1982), "Government and The News Media: The British Experience, in Dan Nimmo and Michael W. Mansfield ed., *Governement and the News Media: Comparative Dimensions*, Waco, Texas: Baylor University Press

Breed, Warren (1955-93), "Controlo Social na Redacção: Uma análise funcional" no livro de Nelson Traquina (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa, Vega

Brown Jane Delano, Carl R. Bybee, Stanley T. Wearden and Dulcie Murdock Straughan (1987), "Invisible Power: Newspaper News Sources and the Limits of Diversity" *Journalism Quaterly*, 64, p. 45-54

Champagne, Patrick

(1884), "La manifestation: La production de l'événement politique", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°. 52-53-Juin ISSN 0335-5322

(1990), *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*. Paris, Minuit

Coelho, Mário Baptista (1991), *Mário Soares Uma Presidência Aberta 1986-1991*, Lisboa, Editorial Inquérito

Cook, Timoty E. (1998), *Governing With The News, The News Media as a Political Institution*, Chicago & London, The University of Chicago Press

Correia, José Manuel Nobre (1996) “A Cidade dos Media”, Porto, Campo das Letras

Cronkite, Walter (1999), “Reporting Presidential Campaigns: a Journalist’s view” in Doris Graber, Denis McQuail, Pippa Norris (eds) *The Politis of News The News of Politics*, New York, C Q Press

Crouse, Timothy (1972), *The Boys on the Bus*, New York, Ballantine Books

Dayan, Daniel e Katz, Elihu (1999), *A História em Directo: os acontecimentos mediáticos na televisão*, Coimbra, Minerva

Debray, Régis (1993), *L’État Séducteur – Les Révolutions Médiologiques du Pouvoir*, Paris, Gallimard

Derville, Gregory (1997), *Le pouvoir des médias*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble

Deschepper, Jacques (1992), *Saber comunicar com os jornalistas*, Lisboa, Cetop (tradução e adaptação de Estrela Serrano)

Duverger, Maurice
(1979), *Xeque Mate*, Viseu, Edições Rolim

(1983) *Sociologia da Política*, Coimbra, Almedina

Edelman, Murray
(1985), *The Symbolic Uses of Politics*, University of Illinois Press, Urbana and Chicago

(1988), *Constructing The Political Spectacle*, Chicago, The University of Chicago Press

Erikson, Richard, Patrícia M. Baranek e Janet B.L. Chan
(1987), *Visualizing Deviance*, Toronto: University of Toronto Press

(1989), *Negotiating Control: A Study of News Sources*, Toronto: University of Toronto Press

Fairclough, Norman (1998), "Political Discourse in the Media" in Allan Bell and Peter Garrett (eds) *Approaches to Media Discourse*, Oxford (UK), Blackwell Publishers

Fishman, Marc (1980), *Manufacturing The News*, Austin, University of Texas Press

Franklin, Bob (1994), *Packaging Politics: Political Communications in Britain's Media Democracy*, London, Arnold

Gans, Herbert (1980), *Deciding What’s News*, New York: Vintage Books

Goffman, Erving (1974), *Frame Analysis: An essay on the Organization of Experience*, Boston, Northeastern University Press

Graber, Doris, (1997), *Mass Media and American Politics*, 5th. ed. Washington D.C.:CQPress

Gurevich, Michael, e Blumler, Jay G

(1986), "Journalists' Orientations to Political Institutions: The Case of Parliamentary Broadcasting" in Peter Golding, Graham Murdock and Philip Schlesinger ed., *Communicating Politics: Mass Communications and The Political Process*, Leicester: Leicester University Press

(1990-1998), "Political Communication Systems and Democratic Values" in Doris Graber (org) *Media Power in Politics*, University of Illinois at Chicago, CQ Press

(1995), *The Crisis of Public Communication*, London, Routledge

Habermas, J. (1978), *l'Espace Public, Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot

Hall, Stuart Chas Chritcher, Tony Jeffersin, John Clarke e Brian Roberts, (1973-93), "A Produção Social das Notícias: O "Mugging" nos Media" no livro de Nelson Traquina (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa, Veja

Hallin, Daniel e Paolo Mancini (1993), "Falando do Presidente: a estrutura Política e a Forma Representacional nas Notícias Televisivas dos Estados Unidos e da Itália" no livro de Nelson Traquina (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa, Veja

Hallin, Daniel (1994), *We keep America on top of the World*, Londres, Routledge

Herman, Edward S. e Chomski, Noam (1994) *Manufacturing consent*, London, Vintage

Hess, Stephen

(1978), *The Washington Reporters*, Washington: The Brookings Institution

(1984), *The Government/press connection – press officers and their offices*, Washington: The Brookings Institution

(1986), *News and Newsmaking*, Washington: The Brookings Institution

Hobsbawm, Eric "Inventing Tradition", in *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983, 1-14.

Ingram, Bernard (1991), *Kill The Messenger*, London, Harper Collins

Iyengar, Shanto and Richard Reeves (1997), *Do the Media Govern, Politicians, Voters, and Reporters in America*, London, SAGE Publications

Jones, Nicholas (1999), *Sultans of Spin the media and the new labour government*, London, Orion Books Ltd

Karl, Jonathan (1997), "Covering the Conventions Inside and Out" in *Media Studies Journal*, Winter

Katz, Elihu e Daniel Dayan "A diplomacia televisiva", in *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º. 21-22 ("Comunicação e Política"), Lisboa, Cosmos

Katz, Elihu (1979-93), "Os acontecimentos mediáticos e o sentido de ocasião", no livro de Nelson Traquina (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"* Lisboa, Vega

Kurtz, Howard (1998), *Spin Cycle Inside the Clinton Propaganda Machine*, New York, The Free Press

Leff, Donna, R. David L. Protess e Stephen C. Brooks (2000), "Jornalismo de Cruzada: mudar atitudes públicas e agendas políticas", no livro de Nelson Traquina (org) *O Poder do Jornalismo Análise e Textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra, Minerva

Lipmann, Walter (1922), *Public Opinion*, New York, The Free Press

Lopes, Felisbela (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Coimbra, Minerva

López, Manuel (1995), *Como se fabrican las noticias*, Barcelona, Paidós

Maltese, John Anthony (1994), *Spin Control, The White House Office of Communication and the Management of Presidential News*, North carolina: The University of North Carolina Press

Mancini, Paolo (1993), "Between trust and suspicion: how political journalists solve the dilemma" *European journal of Communication*, 8

Manheim, Jarol

(1991), *All Of The People All The Time, Strategic Communication and American Politics*, New York, M. E. Sharpe, Inc, Armonk,

(1998) "The News Shapers: Strategic Communication as a Third Force in News Making" in Doris Graber, Denis McQuail, Pippa Norris (eds) *The Politics of News The News of Politics*, new York, C Q Press

Marin, Louis "Une mise en signification de l'espace social: manifestation, cortège, défilé, procession (Notes sémiotiques)", in *De la representation*, Paris, Hautes Études/Gallimard-Le Seuil, 1994. pp. 46-61.

Mesquita, Mário

(1988), “Estratégias liberais e dirigistas na Comunicação Social de 1974-1975: da Comissão Ad Hoc à Lei de Imprensa”, *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº. 8

(1999), "La Personagge Journalistique De La Narratologie à La Déontologie" in *Recherches en communication*, nº. 11

(org) (1995), RCL nº. 20-21 *Comunicação e Política*, Edições Cosmos

(2000), "A História em Directo: os acontecimentos mediáticos na televisão", *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº. 27

Molotch, Harvey, e Lester, Marilyn (1974-93), “As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos”, no livro de Nelson Traquina (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa, Veja

Moreira, Vital e Canotilho, J.J. Gomes (1991), *Os poderes do Presidente da República*, Coimbra, Coimbra Editora

Negrine, Ralph (1989), *Politics and the Mass Media in Britain*, London, Routledge

Neveau, Erik (1995), *L'espace publique et l'emprise de la communication*, Grenoble, Ellug

Paletz, David (1998), “The Media and Public Policy” in Doris Graber, Denis McQuail, Pippa Norris (eds) *The Politics of News The News of Politics*, New York, C Q Press

Patterson, Thomas E.

(1994), *Out of Order*, New York, First Vintage Books Edition

(1996), “Bad News, Bad Governance”, *Annals of The American Academy of Political and Social Science*, pp 97-108

(1997), "The News Media: An effective Political Actiores?", *Political Communication*, 14: 445-455

(1998), “Political Roles of the Journalists” in Doris Graber, Denis McQuail, Pippa Norris (eds) *The Politis of News The News of Politics*, New York, C Q Press

Pereira, J. Pacheco (1997), *O Nome e a Coisa*, Lisboa, Editorial Notícias

Pfetsch, Barbara (1998), “Government News Management” in Doris Graber, Denis McQuail, Pippa Norris (eds) *The Politis of News The News of Politics*, New York, C Q Press

Protest, David L. and Maxwell McCombs (1991), (eds) *Agenda Setting, Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers

Ramirez, Txema (1995), "Gabinetes de Comunicacion", Barcelona, Colecção Comunicação

Rebelo, José (1993), "No primeiro aniversário da televisão privada em Portugal", *Análise Social*, vol. XXVIII (122), 1993 (3º.),

Reis, António (1994) (coord.), *Portugal, 20 Anos de Democracia*, Círculo de Leitores

Reeves, Richard (1997), "The Brave New World in Iyengar, Shanto and Richard Reeves (1997) *Do the Media Govern?, Politicians, Voters, and Reporters in America*", London, SAGE Publications

Ritchie, Donald A (1991), *Press Galery: Congress and The Washington Correspondents*, Cambridge Ma, Harvard College

Rogers, Everett M, e Dearing, James W. (1988-1994), "Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?" in Doris Graber (org) *Media Power in Politics*, University of Illinois at Chicago, CQ Press

Santos, João Moreira (1995), *Imprensa Empresarial da Informação à Comunicação*, Porto, Edições Asa

Santos, Rogério (1997), *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*, Coimbra, Minerva

Scammell, Margaret (1995), *Designer Politics: How Elections Are Won*, New York: St. Martin's Press

Schiller, Dan "Transformations of News in the US Information Market, (1986) in Golding, Peter, Grahm Murdock and Philip Schlesinger (eds) *Communicating Politics*", Leicester University Press, Holmes & Meier, New York

Schlesinger, Philip

(1989) "From production to propaganda?", *Media Culture and Society*, Vol. 11

(1992) "Repenser la sociologie du journalisme - les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme", *Reseaux*, 51

(1999) "Changing Spaces of Political Communication: The Case of the European Union", *Political Communication*, 16:263-279

Schlesinger, Philip, Raymond Boyle, Gillian Doyle and Vincent Campbell (1999), "Building Bridges between Cultures: UK Report", Stirling Media Research Institute, University of Stirling, Scotland

Schudson, Michael

(1978), *Discovering the news: A Social History of American Newspapers*, USA, Basic Books, Inc.

(1993) "A Política da Forma Narrativa: A Emergência de Convenções Noticiosas na Imprensa e na Televisão" no livro de Nelson Traquina (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa, Veja

(1995), "A esfera pública e os seus problemas", *Revista de Comunicação e Linguagens* nº. 20-21

Schwartzzenberg, Roger-Gérard (1998), *La Politique Mensonge*, Paris, Editions Odile Jacob

Sigal, Leon V.(1973), *Reporters and Oficiais: The Organization and Politics of Newsmaking*, Lexington, Ma.,D.C.Heath and Company

Smith, Conrad (1993), "News Sources and Power Elites in News Coverage of the Exxon Valdez Oil Spill", in *Journalism Quarterly*, Summer

Soares, José e Costa Pereira (1999), "A Comunicação nas Grandes Empresas Portuguesas" in *Comunicação Empresarial*, nºs. 12 e 13

Soares, Mário (1987, 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996), *Intervenções*, Imprensa Nacional Casa da Moeda

Soley, Lawrence C. (1992) "The News Shapers, The Sources who Explain the News" London, Praeger

Soloski, John (1989), "News Reporting and Professionalism: Some Constraints on the Reporting of the News", *Media, Culture and Society*, 11:207-28

Soloski, John (1989) "Sources and Channels of Local News", *Journalism Quarterly*, Winter

Steinfatt, Lynne M.S.M and Michael B. Salwenallot, Thomas (1998), "Journalists' and Public Relations Practitioners' News Values: Perceptions and Cross-Perceptions", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, nº. 75/2

Traquina, Nelson

(1993) (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa, Veja

(1993), "As notícias" no livro de Nelson Traquina (org.) *Jornalismo: Questões, Teorias e "estórias"*, Lisboa, Veja

(1995), "O Paradigma do "Agenda-Setting" Redescoberta do Poder do Jornalismo", *Revista de Comunicação e Linguagens* , nº. 20-21

(1997), *Big Show Media - viagem pelo mundo do audiovisual português*, Lisboa, Editorial Notícias

(1998), "Western European Broadcasting, Deregulation, and Public Television: The Portuguese Experience, *Journalism & Mass Communication*, Monographs, vol. 167

(2000), "O Jornalismo Português e a Problemática VIH/SIDA Um estudo exploratório, *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº. 27

Tuchman, Gaye, (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York: Free Press

Wolf, Mauro (1992), *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Editorial Presença

Wolton, Dominique

(1995), "As contradições do Espaço Público Mediatizado", *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº. 20-21

(1997), *Penser la Communication*, Paris, Flammarion - Champs Flammarion

